

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Johdon assistenttityö ja kielet / Kielet ja kulttuuri

Joonas Harju

MITEN TOIMIA SUOMALAISENA LATINALAISEN AMERIKAN YRITYS-  
MAAILMASSA

Opinnäytetyö 2013

## TIIVISTELMÄ

### KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma

HARJU, JOONAS

Miten toimia suomalaisena Latinalaisen Amerikan yritys-  
maailmassa

Opinnäytetyö

45 sivua + 11 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori Päivi Korhonen

Toimeksiantaja

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu

Toukokuu 2013

Avainsanat

Latinalainen Amerikka, liike-elämä, tapakulttuuri, kulttuurierot

Tämän opinnäytetyön aiheena on suomalaisten toimiminen Latinalaisessa Amerikassa. Tutkimuksessa selvitetään Suomen ja yhdeksän Latinalaisen Amerikan maan suhteet kaupankäynnin ja tapakulttuurin näkökulmasta. Myös Latinalaisen Amerikan kulttuuripiirteitä ja kaupankäynnin historiaa käydään läpi. Sen lisäksi tutkimuksessa selvitetään suomalaisen kulttuurin erityispiirteitä. Opinnäytetyöhön koostetun teoriaosuuden pohjalta on laadittu produktiona opas Latinalaisessa Amerikassa toimimiseen.

Tutkimuksessa on hankittu tietoa monesta eri lähteestä koottuna tiiviiksi ja yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Saatu tutkimustieto perustuu kirjallisuuteen ja verkkoaineistoon. Tuloksena opinnäytetyöstä on laadittu opas, joka sisältää vertailun suomalaisten ja "latinoiden" kulttuuripiirteistä sekä tarkemmat tiedot yhdeksästä opinnäytetyössä käsitellystä Latinalaisen Amerikan maasta. Latinalaisen Amerikan alueen kauppasuhteet Suomeen selviävät myös tutkimuksesta.

Suomalaisten ja "latinoiden" välillä on erinäisiä kulttuurieroja viestintään ja liiketoiminta- ja tapakulttuuriin liittyen. Mahdollisista eroista huolimatta Suomen ja Latinalaisen Amerikan alueen välinen kaupankäynti on jatkuvassa kasvussa ja maiden väliset suhteet pääosin hyvät. Latinalaisen Amerikan alue herättää kasvavaa kiinnostusta ja on nouseva markkina-alue maailmanlaajuisesti.

## ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Degree Programme for Multilingual Management Assistants

HARJU, JOONAS

Doing Business in Latin America: A Guide for  
Finns

Bachelor's Thesis

45 pages + 11 pages of appendices

Supervisor

Päivi Korhonen, Senior Lecturer

Commissioned by

Kymenlaakso University of Applied Sciences

May 2013

Keywords

Latin America, business life, customs, cultural differences

The subject of the thesis is Finns doing business and working in Latin America. The thesis gives valuable information about the commercial relations between Finland and Latin American countries. The cultural information and customs of the nine commercially most important Latin American countries have been covered in the research. Besides the Latin American countries, also the cultural traits of Finnish people have been covered.

Aims of the research were to find and understand the cultural differences and similarities between Finns and Latin Americans. The past and present trade relations between Finland and Latin America were also covered. From the basis of the research, a small guidebook was written. The guidebook explains to a Finn how working or doing business in Latin America should be conducted.

The thesis was carried out by researching various written and electronic materials, which were relatively recent. The used sources were reliable and comprehensive.

As the main conclusions it was found out that the relations between Finland and Latin America are on a good basis. The trade between the areas is constantly increasing. The cultural differences and similarities of the nations were also discovered in the research.

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
1.1	Tutkimusaiheen valinta	7
1.2	Tutkimuksen rajausta	8
1.3	Tutkimuksen tavoitteet ja toteutus	8
2	LATINALAINEN AMERIKA	9
2.1	Historia	10
2.2	Nykyvä ja alueen talousyhteistyö	11
2.3	Huomioita kieleen liittyen	12
3	TIETOA LATINALAISEN AMERIKAN MAISTA	13
3.1	Brasilia	14
3.2	Meksiko	16
3.3	Argentiina	18
3.4	Kolumbia	20
3.5	Venezuela	22
3.6	Chile	23
3.7	Peru	25
3.8	Ecuador	27
3.9	Uruguay	29
4	SUOMEN SUHTEET LATINALAISEEN AMERIKAAN	31
4.1	Historiallinen merkitys	31
4.2	Nykyvä	32
4.3	Suomalaisten tavat toimia	33
5	OPAS LATINALAISESSA AMERIKASSA TOIMIMISEEN	36
5.1	Oppaan kirjoittamisesta	37
5.2	Oppaan rakenne	37
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA JATKOTUTKIMUSMAHDOLLISUUDET	38

6.1	Lähdemateriaalin arviointi	39
6.2	Tavoitteiden saavuttaminen	40
6.3	Jatkotutkimusaiheet	41

LÄHTEET	42
---------	----

## LIITTEET

Liite 1. Opas Latinalaisessa Amerikassa toimimiseen

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena ovat Latinalaisen Amerikan kulttuurin erityispiirteet, jotka suomalaisen toimijan tulee ottaa huomioon halutessaan työskennellä tai muuten toimia kyseisessä ympäristössä. Tarkoituksena on selvittää ja kertoa, miten Latinalaisen Amerikan kulttuureissa ajattelu- tai toimintatavat eroavat suomalaisista vastaavista.

Opinnäytetyö kertoo myös pääpiirteissään Suomen ja Latinalaisen Amerikan välisistä taloussuhteista. Latinalainen Amerikka on alati kasvava markkina-alue, jonka ei pitäisi jäädä myöskään suomalaisilta huomioimatta. Alue onkin viime vuosina ollut erityisen kiinnostuksen kohteena.

Tekstiä lukiessa on tietenkin muistettava, että jokainen on yksilö eikä jokaista kohtaa voi suoraan yleistää koskemaan kaikkia kyseisen kulttuurin ihmisiä. Sama koskee myös suomalaisia. Oma havainnointi on siis erittäin tärkeää. Työn tarkoituksena on käsitellä tärkeimmät kulttuurilliset erityispiirteet, joiden ymmärtäminen helpottaa kyseisissä maissa työskentelyä ja elämistä.

Opinnäytetyöstä on koostettu produktiona opas, joka sisältää tutkimuksen sisällön pääkohdat helposti luettavassa muodossa. Oppaan tarkoituksena on helpottaa suomalaisesta kulttuuripiiristä lähtöisin olevan henkilön toimimista Latinalaisessa kulttuuripiirissä. Opas sisältää oleellimmat huomioon otettavat seikat jokaisesta tärkeimmästä Latinalaisen Amerikan kohdemaasta. Opas ei siis keskity ihan jokaiseen yksittäiseen Latinalaisen Amerikan maahan, vaan pyrkii tuomaan esiin oleelliset asiat tärkeimmistä alueen kohdemaista.

Oppaan avulla on helpompi välttää suurempien kulttuuristen yhteentörmäyksien tapahtuminen, sillä tapahtuessaan ne saattaisivat vaarantaa hyvin alkaneen liikekumppanuuden nopeasti. Jokaisessa kulttuurissa on asioita ja aiheita, joista puhuminen kannattaa ja myös sellaisia, joista puhumista kannattaa välttää.

Ihmiset kaikkialla maailmassa arvostavat sitä, että muualta tulevat haluavat tutustua heidän kulttuuriinsa ja noudattaa heidän tapojaan. Täten panostamalla asiaan jo ennakolta voi saada neuvottelut jatkumaan pidempään kuin kulttuuria tuntemattomana. Kulttuurien erityispiirteiden ymmärtäminen on myös avain etulyöntiaseman saavutta-

miseen muihin nähden. Joissain kulttuureissa ymmärtämättömyys tapoja kohtaan saattaa jopa estää liiketoiminnan jatkumisen täysin. Missä päin maailmaa tahansa on kuitenkin suureksi eduksi ottaa selvää kohdemaan kulttuurista.

## 1.1 Tutkimusaiheen valinta

Opinnäytetyön aihetta valitessa halusin, että se liittyy läheisesti opiskelemaani alaan. Tämän lisäksi olisi hyvä, jos se kiinnostaisi myös itseäni. Nämä olivat ensimmäiset kriteerit työn aihetta miettiessä.

Olen opiskellut espanjan kieltä kolmantena opintoihin kuuluvana kielenä englannin ja ruotsin lisäksi, joten halusin aiheen, joka liittyy Espanjan valtion kieleen tai kulttuuriin. Kuitenkin katseltuani Theseuksesta muiden tekemiä opinnäytetöitä huomasin, että Espanjaan liittyviä tutkimuksia oli tehty jo useasta eri aiheesta ja hyvin monimuotoisesti. Sen jälkeen mietin, että Espanjan valtion lisäksi espanjaa puhutaan myös Amerikan mantereella. Latinalaisen Amerikan alueellahan sijaitsee suurin osa maailman espanjaa äidinkielenään puhuvista.

Keksittyäni tehdä opinnäytetyö Latinalaiseen Amerikkaan liittyen, jäljellä oli vielä tarkempi aihe. Espanjaan liittyen oli mietitty aihetta, joka käsittelisi Espanjan ja Suomen välisiä liikesuhteita ja tehdä sen pohjalta opas, joka auttaisi suomalaista toimijaa Espanjassa työskennellessä. Päädyin kuitenkin tekemään opinnäytetyötä vastaavasta aiheesta, mutta Latinalaiseen Amerikkaan liittyen. Alueesta on kirjoitettu vielä melko vähän.

Aihe on myös hyvin ajankohtainen, sillä Latinalainen Amerikka on alati nouseva ja kehittyvä markkina-alue. Toistaiseksi Latinalaisen Amerikan osuus Suomen ulkomaankaupasta on vain kolme prosenttia. Suomen nykyinen hallitus korostaa kuitenkin taloudellisten ulkosuhteiden toimintaohjelmassaan, että kasvua on haettava Euroopan ulkopuolelta. Hallitus aikoo edistää kaupankäyntiä Latinalaiseen Amerikkaan ja Karibian alueelle Team Finland -konseptilla, jonka tarkoituksena on kehittää Suomen taloudellisia ulkosuhteita ja kansainvälisyyttä. (Suomen suurlähetystö, Buenos Aires 2013.)

## 1.2 Tutkimuksen rajaus

Aiheen valitsemisen jälkeen päästäänkin rajaamaan tutkimusta. Latinalaisesta Amerikasta ja sen kulttuureista löytyy monia käsiteltäviä osa-alueita, mutta kaikkea ei ole mahdollista käsitellä yhdessä opinnäytetyössä järkevästi. On tärkeää rajata tutkimus niin, että se on rakenteeltaan tiivis ja pysyy aiheessa. Tutkimukseen on valittu tietoa yritys- ja liike-elämän näkökulmasta.

Latinalaiseksi Amerikaksi kutsutulla alueella sijaitsee noin 20 valtiota, joista monet ovat aika pieniä. Yritettyäni ensin tehdä kattavaa selvitystä jokaisesta alueen valtiosta päädyin siihen tulokseen, että tarkempi rajaus on paikallaan. On vaikeaa, ja mielestäni jopa epäoleellista tehdä tutkimus kaikista Latinalaisen Amerikan maiden kulttuuripiirteistä ja suhteista Suomeen, joka pysyisi järkevissä mitoissa ollakseen opinnäytetyö.

Rajaustarpeen huomioituani täytyi miettiä sopiva rajaus valtioiden määrään. Päädyin käsittelemään yhdeksää suurinta valtiota nimellisarvoisen bruttokansantuotteen mukaan. Lähteenä tähän käytin Kansainvälisen valuuttarahaston (International Monetary Fund) taulukkoa, josta sain arvot vuodelle 2012. Tähän tutkimukseen rajatut valtiot ovat Brasilia, Meksiko, Argentiina, Kolumbia, Venezuela, Chile, Peru, Ecuador ja Uruguay. Listassa olisi myös Dominikaaninen tasavalta, mutta en käsittele tässä työssä Karibianmeren alueen saarivaltioita sen tarkemmin.

Tutkimusaiheen rajaukseen pyrin ottamaan mukaan tiedot näistä maista ja niissä toimimisesta liiketaloudellisesta ja kaupankäynnin näkökulmasta. Myös historiaa käydään läpi lyhyesti. Näiden maiden ja alueiden mahdolliset vaaratekijät olen jättänyt pois, sillä niistä saa parhaiten ajantasaisen tiedon kysymällä kyseisen maan Suomen edustustolta tai suurlähetystöltä. Myös ulkoministeriön matkustussuosituksia kannattaa tiedustella.

## 1.3 Tutkimuksen tavoitteet ja toteutus

Tavoitteena tutkimuksessa laatia opas, josta selviäisi helposti, mitä suomalaisen tulee ottaa huomioon työskennellessään Latinalaisen Amerikan maiden kulttuureissa. Oppaasta tulisi löytyä yleiset tiedot Latinalaisesta Amerikasta ja määritellyistä yhdeksästä maasta. Opas on tämän opinnäytetyön liitteenä (Liite 1).



Oppaan lisäksi tavoitteena on selvittää Suomen ja Latinalaisen Amerikan välisiä taloudellisia suhteita ja niiden kehitystä. On hyvä tietää, mitä pitää huomioida alueella toimiessa ja minkälaista toimintaa suomalaisilla on kyseisissä maissa. Taloudellisten suhteiden lisäksi tarkoituksena on käsitellä myös tärkeimmät kulttuuripiirteet sekä Suomesta että Latinalaisesta Amerikasta.

Tutkimuksen tavoite ei ole olla ehdoton totuus Latinalaisen Amerikan tai Suomen kulttuurien piirteistä tai liiketoiminnasta. Se on lähteisiinsä pohjautuva, ja aina jossain määrin subjektiivinen. Tarkoitus on antaa jokaisesta käsitellystä osa-alueesta tarpeeksi kattava kuva menemättä liiaksi yksityiskohtaisuuksiin.

Tutkimus toteutetaan erilaisista lähdemateriaaleista tietoa koostamalla ja hyödyntämällä. Tutkimukseen on käytetty kirjallista lähdemateriaalia ja verkkolähteitä. Tiedon pohjalta kasattu opas tehdään Microsoft Office Publisher 2007 -ohjelmalla.

## 2 LATINALAINEN AMERIKA

Latinalainen Amerikka käsittää ne Amerikan mantereeseen osat, joissa puhutaan pääkielinä eurooppalaisia latinalaisperäisiä kieliä. Tässä tapauksessa se tarkoittaa espanjaa, portugalia ja ranskaa. Pääasiassa näissä maissa puhutaan espanjaa ja Brasiliassa portugalia, sillä suurin osa alueen maista on ollut joko Espanjan tai Portugalin siirtomavallan alaisena. Terminä se on siis sekä kulttuurillinen että maantieteellinen. Käytännössä se tarkoittaa siis Yhdysvaltojen eteläpuolella sijaitsevaa Amerikan mantereiden aluetta. (Paavilainen & Wilska 2001, 303.)

Latinalaiseen Amerikkaan kuuluu noin parikymmentä maata. Nämä maat ovat Argentiina, Bolivia, Brasilia, Chile, Costa Rica, Dominikaaninen tasavalta, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Kolumbia, Kuuba, Meksiko, Nicaragua, Panama, Paraguay, Peru, Uruguay ja Venezuela. (Paavilainen & Wilska 2001, 4–8.) Ne sijaitsevat joko Etelä-Amerikassa, Väli-Amerikassa tai Karibianmeren alueella.

Latinalaisesta Amerikasta puhuttaessa on muistettava, että alue käsittää useita eri valtioita. Niillä on keskenään tietyt kulttuuriset samankaltaisuutensa, mutta kaikki piirteet eivät välttämättä päde kaikissa maissa. Myös siis liike-elämässä näissä maissa on samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia. Etelä- ja Väli-Amerikan manner jakaa siirtomaataustansa takia tiettyjä samankaltaisuuksia eteläeurooppalaisten kanssa. Eurooppalai-

suuden lisäksi jokaisen yksittäisen maan kulttuuriin ja liiketoimintakulttuuriin vaikuttaa myös maan historia ja kehityskaari. Latinalaisten maiden valtakulttuuri ja kielet pohjautuvat siis vahvasti eurooppalaisiin taustavaikuttimiin. (Paavilainen & Wilska 2001, 303.)

## 2.1 Historia

Latinalaisen Amerikan historian voidaan sanoa alkaneen 1500-luvun jälkeen, kun eteläeurooppalaiset valloittajat saapuivat mantereelle. Sitä ennen alueella asui paikallista alkuperäisväestöä. Paavilaisen & Wilskan (2001, 15) mukaan alueella on voimakas, myös talousasioita määrittänyt siirtomaahistoria. Mantereelle saapui pääasiassa espanjalaisia ja portugalilaisia valloittajia, minkä vuoksi alueella puhutaan nykyään valtakielinä espanjaa ja portugalia.

Taloudellisesta näkökulmasta katsottuna maanosa asutettiin nopeasta varsinkin niiltä osin, jotka olivat sen ajan merkantilisen käsitysten mukaan merkityksellisiä. Paavilainen & Wilska (2001, 15) kertovat, että merkantilistisen talousteorian mukaan kansakunnan rikastuminen oli suoraan verrannollinen sen omistamien jalometallien määrään. Heidän mukaansa espanjalaiset löysivätkin jalometalleja nykyisten Meksikon ja Perun seudulta ja asuttivat alueet nopeasti, mutta Brasilian alueen asutus kesti kauemmin, sillä portugalilaiset eivät aluksi löytäneet alueelta jalometalleja.

Paavilaisen & Wilskan (2001, 16) mukaan siirtomaa-aikana alueen maiden tarkoitus oli pelkästään rikastuttaa emämaiden taloutta. Alueelta tuotiin jalostamattomia primaarihyödykkeitä, kuten hopeaa ja sokeria. Latinalainen Amerikka on luonnonvaroitteaan rikasta aluetta, joten sen hyödyntäminen on siinä mielessä ymmärrettävää.

Alueen kaupankäynnin ehdot ja säännöt olivat tarkasti emämaiden säätelemiä. Tämä aiheutti lopulta suurta tyytymättömyyttä emämaista aikanaan tulleeille siirtolaisille, sillä he olivat alkaneet pitää uusia asuinpaikkoja kotimainaan. 1800-luvulla tyytymättömyys johtikin useiden Latinalaisen Amerikan maiden itsenäistymisaaltoon. (Paavilainen & Wilska 2001, 16.)

Suurin osa alueen valtioista itsenäistyi emämaistaan Espanjasta tai Portugalista 1820-luvun aikana. Itsenäistymällä pyrittiin eroon emämaiden taloudellisesta hallitsemisesta ja haluttiin saada alueiden luonnonvarat ja rikkaudet omaan käyttöön. Itsenäistyminen

kuitenkin lisäsi suurmaanomistajien valtaa ja lisäsi toimeentulorajalla elävien ihmisten määrää. (Paavilainen & Wilska 2001, 18.)

Itsenäistyneet Latinalaisen Amerikan maat valtiot aloittivat kaupankäyntinsä aluksi Ison-Britannian ja myöhemmin Yhdysvaltojen kanssa. Paavilaisen & Wilskan (2001, 18–19) mukaan Yhdysvaltojen merkitys kasvoi entisestään 1800-loppupuolelle tultaessa, ja alueen maat olivat taloudellisesti melko riippuvaisia Yhdysvaltoihin suuntautuvasta vientikaupasta.

Primaarihyödykkeiden vientikauppaan perustuva talous johti siihen, että vaikka siirtomaa-ajat olivatkin käytännössä ohitse, eivät Latinalaisen Amerikan maat olleet oppineet hyödyntämään runsaita luonnonvarojaan omavaraisen pääoman ja kotimaisten investointien kehittämiseen. Itsenäisyyden mukana oli saatu poliittinen riippumattomuus, mutta taloudellista riippumattomuutta ei vielä ollut. Ulkomaisesta pääomasta tuli oleellinen osa Latinalaisen Amerikan taloutta. (Paavilainen & Wilska 2001, 19.)

## 2.2 Nykypäivä ja alueen talousyhteistyö

Latinalaisen Amerikan alue on kohdannut suuria muutoksia lähivuosisikymmeninä. Paavilaisen & Wilskan (2001, 11) mukaan alue on ollut aikaisemmin taloudeltaan muulta maailmalta pääosin suljettu, mutta maanosan maista suurimmassa osassa on alkanut talouden liberalisointi viime vuosituhannen muutaman viimeisen vuosikymmenen aikana.

Latinalaisessa Amerikassa on erinäisiä talousyhteisöjä. Yhteisöjen tarkoituksena on kehittää alueen talousyhteistyötä ja toimia tasavertaisena muiden alueiden vastaavien järjestöjen kanssa. Niistä oleellisimpia on lueteltu seuraavissa kappaleissa.

Latinalaisen Amerikan talouskomissio on yksi Yhdistyneiden kansakuntien viidestä alueellisesta talouskomissiosta. Sen espanjankielinen nimi on La Comisión Económica para América Latina eli CEPAL. Englannin kielellä komission nimi on the Economic Commission for Latin America and the Caribbean eli ECLAC. (Maúrtua 2012.)

Talouskomissio perustettiin vuonna 1948 ja sen tavoitteina on edistää alueen taloudellista kehitystä ja tähän suuntaavia toimia sekä vahvistaa taloudellisia siteitä maiden

välillä. Myöhempana lisäyksenä päätavoitteisiin on tullut myös alueen sosiaalisen kehityksen edistäminen. Myöhemmin komissioon otettiin Latinalaisen Amerikan maiden lisäksi myös Karibian seudun maat. Talouskomission päätoimisto sijaitsee Chilessä Santiagossa. (Maúrtua 2012.)

Argentiinalla, Brasilialla, Paraguaylla ja Uruguaylla on yhteinen vuonna 1991 perustettu talousliitto nimeltä Mercosur. Vuoden 2012 heinäkuussa myös Venezuelasta tuli Mercosurin täysivaltainen jäsen. Chile, Bolivia, Kolumbia, Ecuador ja Peru ovat Mercosurin yhteistyökumppanimaita, joilla ei ole samanlaisia äänestys- ja markkinaoikeuksia talousliitossa kuin täysivaltaisilla jäsenillä. Mercosurin tarkoitus on sallia jäsenmaiden välinen vapaa kaupankäynti ja päätavoitteena on pyrkiä Etelä-Amerikan taloudelliseen yhdentymiseen. (Klonsky 2012.)

Vuonna 2011 Chile, Kolumbia, Meksiko ja Peru perustivat Mercosurille kilpailijan. Perustettu talousliitto on nimeltään Tyynenmeren liitto eli espanjaksi Alianza del Pacífico. Tyynenmeren liitto pyrkii jäsenmaiden väliseen vahvaan taloudelliseen yhdentymiseen ja kaupankäynnin vapauttamiseen. (Agencia Peruana de Noticias 2011.)

Andien yhteisö eli CAN on eteläamerikkalainen kauppaliitto. Espanjaksi sen nimi on Comunidad Andina. Se perustettiin vuonna 1969. Siihen kuuluu tällä hetkellä neljä maata, jotka ovat Bolivia, Kolumbia, Ecuador ja Peru. Venezuela jätti kauppaliiton vuonna 2006. Andien yhteisön tarkoituksena on muun muassa edistää jäsenmaiden välistä kehitystä sekä yhdentymisen että taloudellisen ja sosiaalisen yhteistyön avulla. Sen tarkoituksena on myös ollut perustaa Andien yhteismarkkinat. (Eurostat 2010.)

### 2.3 Huomioita kieleen liittyen

Kuten aikaisemmin on mainittu, Latinalaisessa Amerikassa puhutaan siis pääasiassa espanjaa ja portugalia. Englannin osaaminen on erittäin vaihtelevaa, joten sen osaamiseen ei pelkästään kannata tukeutua, jos haluaa työskennellä näissä maissa. Paavilaisen & Wilskan (2001, 331) mukaan monet "latinot" voivat jopa olla hyvin vihamielisiä kohdatessaan englantia puhuvan ihmisen. Tähän ovat syynä maiden taustat ja historiat Yhdysvaltojen kanssa.

Kielitaito vaikuttaakin erittäin suuresti ulkomaisen toimijan saamaan kohteluun ja verkostonluomismahdollisuuksiin. Joissain ylikansallisissa ja kansainvälisissä suuryri-

tyksissä toimiva saattaa kenties pärjätä pelkällä englannilla, mutta kaikenlainen verkosto- ja muiden suhteiden luominen edellyttää paikallisen kielen osaamista. Tämä tarkoittaa erityisesti sitä, että työn ulkopuolisista asioista puhumiseen pelkkä englanti ei riitä. (Paavilainen & Wilska 2001, 331–332.)

Paavilaisen & Wilskan (2001, 332) mukaan varsinkin tilanteissa, joissa jotakin halutaan myydä tai viedä Latinalaisen Amerikan maahan, on paikallisen kielen osaaminen ehdoton välttämättömyys. Vaikka paikallinen osaisikin englantia, ovat ihmiset kaikkialla maailmassa avoimempia, kun käytetään heidän omaa äidinkieltään. Viimeistään maahan muuttaessa paikallinen kieli on opeteltava.

Elekielessä ja muussa sanattomassa viestinnässä "latinot" pyrkivät yleensä olemaan loukkaamatta vastapuolta ja olemaan kohteliaita. Tämä saattaa johtaa negatiivisten asioiden puhumisen tai kieltävän vastauksen välttämiseen. Suomalaisista saattaakin monesta tuntua siltä, että tapahtuma ja todellisuus ovat keskenään ristiriidassa. "Latinot" eivät yleisesti ottaen pidä hiljaisia hetkiä ja muodostavat mielipiteensä keskustelun aikana ja voivat vaihtaa sitä kesken kaiken. (Paavilainen & Wilska 2001, 332.)

Kuten kaikkialla maailmassa, paikallista sanattoman viestinnän koodistoa tuntemattoman tulisi olla varovainen eleidensä, äänenpainon ja tiettyjen aiheiden suhteen. Tiettyt eleet voivat olla hyvinkin loukkaavia, samoin tabuaiheista puhuminen. Paavilaisen & Wilskan (2001, 333) mukaan "latinot" ovat erittäin taitavia keskustelemaan, ja he saattavat jopa pitää hiljaista suomalaista tyhmänä. Keskustelussa tulisi olla mukana edes hymyillen ja elehtien, vaikkei mitään saisi sanottuakaan.

### 3 TIETOA LATINALAISEN AMERIKAN MAISTA

Latinalaisen Amerikan mailla on monia yhteisiä piirteitä, jotka johtuvat niiden historiallisesta taustasta. Monilla mailla on paljon kulttuurisia yhtymäkohtia eteläeurooppalaisten kulttuurien kanssa.

Seuraavaksi on listaus vielä jokaisesta oleellisimmasta maasta erikseen, josta tulee ilmi jokaisen maan erityispiirteet ja samalla myös samankaltaisuudet muiden kanssa. Oleellimmat maat on tässä listauksessa määritelty Kansainvälisen valuuttarahaston (International Monetary Fund) ilmoittamien vuoden 2012 nimellisten bruttokansantuotteiden arvojen mukaisesti. Listassa on mukana yhdeksän tällä mittarilla mitattuna

suurinta maata mittarin mukaisessa järjestyksessä. Karibianmeren saaristovaltiot on jätetty listauksesta pois. Käytännössä mukana on siis Etelä-Amerikan maita ja Meksiko.

### 3.1 Brasilia

Brasilia on Latinalaisen Amerikan suurin valtio lähes kaikilla mittareilla. Se on sitä sekä pinta-alaltaan että asukasluvultaan. Koko maailman tasollakin Brasilia on viidenneksi suurin pinta-alaltaan. Maalla on yli 8 500 000 neliökilometriä pinta-alaa ja ihmisiä siellä asuu arviolta yli 201 miljoonaa (Central Intelligence Agency). Brasilia on myös Latinalaisen Amerikan suurin talous. Tähän ovat vaikuttaneet muun muassa maan markkinoiden laajuus, kaupan vapauttaminen, sääntelyn purku ja yksityistäminen. (Paavilainen & Wilska 2001, 97.)

Brasiliassa toimiessa ei kannata luottaa suomalaisten yleisesti suosimaan neuvottelutyyliin eli teknologiatietämykseen ja ylitäsmälliseen aikakäsitykseen. Viestimiselle tulee antaa enemmän aikaa Brasiliassa. Työt tulevat kaikesta huolimatta hoidetuksi, vaikkei se tapahdukaan suomalaisen erittäin täsmällisen aikataulun mukaisesti. (Lehtipuu 2010, 352.)

Suoraan työasioihin menemistä tulee välttää, sillä se ei ole brasilialainen tapa. Suomalaisesta näkökulmasta katsottuna viestiminen aloitetaan yhdentekeivistä asioista. Näitä asioita voivat olla esimerkiksi ihmissuhteisiin ja perheeseen liittyvät asiat, harrastuksiin eli pääasiassa jalkapalloon liittyvät asiat ja muut työasioihin liittymättömät asiat. Toisin kuin Suomessa, voimakas elekieli on oleellinen osa brasilialaisen kulttuurin viestintää. Suomalaisen tulee noudattaa erityistä kärsivällisyyttä toimiessaan brasilialaisten liikekumppaneiden kanssa. (Lehtipuu 2010, 352.)

Myös organisaation muodolla on vaikutusta brasilialaisten kanssa toimiessa. Sillä voi olla paljonkin vaikutusta, toimitaanko suuren kansainvälisen organisaation kanssa vai paikallisen yrityksen tai muun toimijan kanssa. Jälkimmäisessä tilanteessa on tiedettävä oikeat henkilöt, jotka pystyvät vaikuttamaan asioihin. Portugalin kieli on yleisesti ottaen välttämättömyys Brasiliassa toimiessa, varsinkin jos haluaa päästä osaksi brasilialaista yhteiskuntaa ja paikallisia yhteisöjä. (Lehtipuu 2010, 352.)

Brasilialaisille tyypillistä tapaa toimia asioissa kutsutaan termillä jeito brasileiro tai jeitinho. Suomeksi se olisi esimerkiksi brasilialainen tapa tai keino hoitaa asioita. Se voi olla epärehellinen tapa hoitaa asioita, kuten verkostosuhteiden hyväksikäyttö oman tai ystävän asian ratkaisemiseen. Toisaalta jeitinho voi olla myös rehellinen tai ystävällinen palvelus, joka auttaa selviytymään byrokratian solmuissa. Brasilialaiset ovat erittäin kekseliäitä asioiden sujuvassa hoitamisessa. (Ojala 2004, 21.)

Ojalan (2004, 21–22) mukaan jeitinhon piirteenä on ongelmien ja asioiden henkilökohtainen ratkaiseminen, mikä voi viehättää esimerkiksi suomalaista tai muuta ulkomaalaista, joka on tottunut kotimaassaan kasvottomaan byrokraattiseen asioiden hoitotapaan. Jeitinho on siis brasilialaisen arkipäivän selviytymiskeino ja on keskeinen osa brasilialaisen sosiaalista identiteettiä. Brasiliassa tiedon saaminen on kiinni monista eri tekijöistä, joista on suomalaisittain katsottuna vaikeaa sanoa, mitkä ovat oikeassa ja mitkä eivät. Jeitinho yhdistelee kekseliäästi ihmissuhteita ja lakia.

Brasiliassa luotetaan todellisissa tilanteissa enemmän sosiaalisten suhteiden voimaan kuin lakiin, josta jeitinho on selkeä ilmaus. Jeitinhon avulla voidaan saada johonkin sääntöön tai lakiin henkilökohtainen poikkeus. Jopa oikeuslaitoksessa toimiva voi käyttää jeitinhon asemansa ulkopuolisessa elämässä ilman minkäänlaista ristiriidan tunnetta. Jeitinho on syvälle kulttuuriin pinttynyt ilmiö, joka on monesti lähes automaattinen ja hyväksytty tapa toimia. Ulkomaalaisille se ei kuitenkaan ole aina itseltään selvä asia, joten siihen perehtyminen auttaa helpottamaan Brasiliassa toimimista. Jokainen tilanne tulee kuitenkin käsitellä erikseen. (Ojala 2004, 24–26.)

Brasiliassa on tapana antaa usein liikelahjoja ja varsinkin joulun aikaan. Myös jeito voidaan laskea eräänlaiseksi lahjaksi tai lahjukseksi. Liikelahjat eivät saa olla erityisen henkilökohtaisia, ja niiden tulee noudattaa hyvää makua. Suomalainen voi viedä esimerkiksi suomalaista lasia ja keramiikkaa tai muuta Suomeen liittyvää, kuten merkituotteita. Naisille voidaan viedä hajuvettä ja miehille musiikkia, pientä elektroniikkaa tai kosmetiikkaa. Illallisen tarjoaminen isäntävälle on myös toimiva ratkaisu, sillä se on parempi kuin epäonnistunut liikelahja. (Mikluha 2000, 115–116.)

Brasilia tunnusti Suomen itsenäisyyden vuonna 1919, ja maiden väliset diplomaattisuhteet solmittiin vuonna 1929. Suomella on Brasiliassa suurlähetystö. Brasilia on Suomen suurin kauppakumppani Etelä-Amerikan alueella. Vanhin suomalainen inves-

tointi Brasiliaan ajoittuu 1960-luvulle. Kaupankäynti maiden välillä on kasvanut, mutta potentiaalia olisi vielä lisääkin. (Suomen suurlähetystö Brasilia 2011.)

Pääosa Suomen viennistä Brasiliaan on eri toimialoilla käytettävät erikoiskoneet ja laitteet. Tuonnista pääosa on mineraaleja, rautamalmeja ja elintarvikkeita. Stora Enso ja brasilialainen Aracruz Celulose rakensivat Brasiliaan yhteisinvestointina maailman suurimman eukalyptussellun valmistukseen perustuvan Veracel-sellutehtaan. Finpron vuonna 1996 São Pauloön avaama vientikeskus keskittyy metsäteollisuuden, telekommunikaation, kaivos- ja mineraaliteollisuuden, terveydenhoidon, elintarviketeknologian ja ympäristöteknologian ympärille. (Suomen suurlähetystö Brasilia 2011.)

### 3.2 Meksiko

Meksiko on pinta-alaltaan 1 960 000 neliökilometriä ja ihmisiä siellä asuu yli 116 miljoonaa (Central Intelligence Agency). Meksiko sijaitsee Väli-Amerikassa Yhdysvaltojen eteläisenä rajanaapurina. Se on Latinalaisen Amerikan toiseksi suurin taloudeltaan ja väestömäärältään Brazilian jälkeen. 1990-luvulta alkaen Meksiko on pyrkinyt lähentymään Yhdysvaltoja ja ottanut etäisyyttä muuhun Latinalaiseen Amerikkaan, mutta kuuluu alueeseen edelleen voimakkaasti sekä sosiaalisesti että kulttuurisesti. (Paavilainen & Wilska 2001, 141–142.)

Meksikolaiset eivät mene suoraan asiaan ja voivat olla puheissaankin epäsuoria. Heillä ei myöskään ole järin suurta luottamusta viranomaisiin tai muihin tuntemattomiin ihmisiin. Meksikolainen luottaakin pääasiassa vain lähipiirinsä ihmisiin eli perheeseen ja ystäviin. Myös suhteet liike-elämässä on luotava tuttujen kautta, ja liikesuhteet muodostuvat yleensä tiukkojen työaikataulujen ulkopuolella. Kuten monet muut "latino", meksikolaiset ovat joustavia ajankäytössään. Luvattuihin päivämääriin ja aika-  
tauluihin tulisi siis suhtautua varauksella ja erityistä joustoa noudattaen. (Lehtipuu 2010, 381.)

Suomalaisilla on tapana arvostaa toisen ihmisen henkilökohtaista tilaa. Meksikossa tämä tulee kuitenkin unohtaa. Meksikolainen tulee fyysisesti lähelle toista ihmistä, mutta tarkoituksena ei ole olla päällekkävyä. Tämän tarkoituksena on tutustua toiseen ihmiseen ja siihen, millainen toinen on. (Lehtipuu 2010, 381–382.)



Meksikolaisilla on espanjankielinen termi *simpático*, joka liittyy oleellisesti kunnioitukseen. *Simpático*-sana tarkoittaa suomeksi ystävällistä, sympaattista tai mukavaa. Kunnioituskäsityksessä se tarkoittaa sitä, että meksikolaiset pyrkivät kommunikoidessaan korrektiuteen ja ystävällisyyteen. Eri mieltä ollessa pyritään siihen, että asiat riittelevät keskenään eivätkä ihmiset. Toista ihmistä ei nimittäin haluta asettaa hankalaan tilanteeseen. Kohteliaisuus on meksikolaiselle tärkeä asia. (Lehtipuu 2010, 382–383.)

Meksikolaisessa kulttuurissa hierarkia on oleellinen osa työelämää. Johtajat ovat ehdottomia auktoriteetteja, jotka eivät ole kiinnostuneet alaistensa näkökannoista tai mielipiteistä. Tehtävät ovat myös tarkkaan määriteltyjä, eikä niissä ole juurikaan joustoa. Kuitenkin erityisesti suuret kansainväliset organisaatiot saattavat olla hieman joustavampia näissä asioissa. (Lehtipuu 2010, 383–384.)

Tittelit ovat tärkeitä meksikolaisessa työelämäkulttuurissa. Myös ulkomailta tulevan johtajan on näytettävä arvonsa. Neuvottelutilanteissa meksikolaiset arvostavat tinkimistä ja tiukkaa kaupankäyntiä, minkä vuoksi neuvottelut saattavat kestää melko pitkään. Suomalainen on kotonaan tottunut olemaan tinkimättä erityisemmin, mutta meksikolaisten kanssa tulee olla kärsivällinen ja jättää tarjouksiin aina neuvotteluvärrä myöhempiä mahdollisia keskusteluja varten. Meksikolaisilla ei ole tapana tuoda ilmi kaikkia tavoitteitaan heti. Meksikolaista neuvottelukumppania ei tulisi asettaa tilanteeseen, jossa vastaukseksi on annettava joko kyllä tai ei. (Lehtipuu 2010, 385.)

Naisten osuus Meksikon työelämässä on kasvanut, mutta näkyvissä asemissa he ovat edelleen selkeässä vähemmistössä. Meksikon jokaisessa osavaltiossa on kuitenkin jo naisia korkeissa viroissa. Maan kulttuuri on sekä matriarkaalinen että hyvin macho, ja sosiaaliset hierarkiat ja roolit ovat tiukat sosioekonomisesti, etnisesti ja sukupuolten välillä. Naisilta odotetaan yleensä kovuutta ja osoitusta siitä, että he kykenevät esimiehen työhön ja rooliin, jos he ovat korkeimmissa asemissa. (Lehtipuu 2010, 385–386.)

Meksikolaisilla ei ole tapana vastaanottaa liikelahjoja, mutta niitä arvostetaan ja suositetaan joissain piireissä. Liikelahjojen antamisessa tulee käyttää harkintaa, ja ne tulisi valita vastaanottajan mukaan. Yritysten omaperäisiä lahjaesineitä arvostetaan, mutta niiden ei tarvitse olla arvokkaita. Onnistuneiden kauppojen yhteydessä ne voivat olla hyvinkin näyttäviä. Ensitapaamisten yhteydessä Meksikossa ei yleensä ole tapana antaa liikelahjoja. Liikelahjat annetaan toimistossa käydessä tai isännän kotona, jos on

kutsuttu sinne. Meksikolaiselle voi viedä liikelahjaksi esimerkiksi suomalaista lasia ja keramiikkaa. Tärkeiden henkilöiden sihteereille voidaan myöhemmillä tapaamisilla viedä esimerkiksi hajuvettä. Hopeaesineitä ei meksikolaisille tule viedä, vaan mieluummin kultaisia. Hopeaa pidetään turisteille sopivana materiaalina. (Mikluha 2000, 235.)

Meksiko tunnusti Suomen itsenäisyyden vuonna 1920, ja maiden väliset diplomaattisuhteet solmittiin vuonna 1949. Suomella on Meksikossa suurlähetystö. Suomen tuonti Meksikosta kasvaa jatkuvasti, ja Meksiko on Brasilian ja Chilen jälkeen Suomen kolmanneksi suurin vientikohde Latinalaisessa Amerikassa. Edellä ovat Brasilia ja Chile. (Suomen suurlähetystö Mexico 2012.)

Vuonna 2011 tuonnin arvo Meksikosta Suomeen kasvoi 31 prosenttia vuoteen 2010 verrattuna. Suoraa vientiä vielä suurempi osuus on välillisellä viennillä, joka on arviolta jopa kaksin- tai kolminkertainen suoraan vientiin verrattuna. Suurimmat suomalaiset yritykset Meksikossa ovat Nokia ja Elcoteq. (Suomen suurlähetystö Mexico 2012.)

Suomesta on viety Meksikoon pääasiassa koneita, laitteita ja kuljetusvälineitä, paperia ja pahvia sekä kemiallisia tuotteita ja aineita. Tuonnin puolella suurimmat osuudet menevät koneille, laitteille ja kuljetusvälineille, muille sähkölaitteille ja telekommunikaatiolaitteille. Tämän lisäksi Suomeen on tuotu esimerkiksi raaka-aineita ja elintarvikkeita. (Suomen suurlähetystö Mexico 2012.)

### 3.3 Argentiina

Argentiina on pinta-alaltaan noin 2 780 000 neliökilometriä ja ihmisiä asuu siellä yli 42 miljoonaa (Central Intelligence Agency). Taloudeltaan se on Etelä-Amerikan toiseksi suurin, ja koko Latinalaisessa Amerikassakin se on kolmanneksi suurin. Edellä ovat vain Brasilia ja Meksiko. (Paavilainen & Wilska 2001, 73.)

Paavilaisen & Wilskan (2001, 73) mukaan maan avattua taloutensa ulkomaisille pääomalähteille se on houkuttanut paikalle ulkomaisia yrityksiä, joista pääosa on eurooppalaisia. Maassa toimiessa kielenä olisi hyvä hallita espanja, sillä argentiinalaiset arvostavat sitä, vaikka monet liike-elämässä olevat osaavatkin englantia (Adams 2000, 118).

Kuten useissa Latinalaisen Amerikan maissa, myös Argentiinassa verkostojen hankkiminen on olennainen osa liike-elämässä pärjäämisessä. Sosiaaliset kontaktit ja oikeiden ihmisten tunteminen on tärkeää. Kontakteja saatuaan Argentiinassa toimivan tulisi pyrkiä luomaan liikesuhteistaan kestäviä ja molempia osapuolia palvelevia. Huonosti hoidetut verkostosuhteet saattavat sulkea ovia, jos haluaa tulevaisuudessa toimia argentiinalaisessa ympäristössä. Kuitenkin paikallisissa pienyrityksissä, perheyriyksissä ja hallituksen toimitissa pärjää todennäköisesti lähinnä olemalla sukua tai lähiystävä. (Adams 2000, 110–111.)

Argentiinalaiset tervehtivät ihmisiä halauksin ja suudelmin poskille lähes aina, ellei kyseessä ole erityisen virallinen tilaisuus. Naiset suutelevat naisia ja miehet suutelevat naisia, mutta miehet kättelevät toisia miehiä varsinkin ensimmäistä kertaa liikeneuvottelussa tavattaessa. Myös toisensa hyvin tuntevat miehet tervehtivät toisiaan poskisuu- delmin. Argentiinassa ei siis karteta fyysistä läheisyyttä, kuten Suomessa. Lähimaissa Chilessä tai Brasiliassa miehet eivät suutele toisiaan poskille tervehdyksen merkkinä. (Adams 2000, 112.)

Suhteiden luominen Argentiinassa aloitetaan pitkillä lounailla ja neuvotteluilla, joissa keskitytään kaikkiin muihin aiheisiin paitsi käsiteltävänä olevaan liikeasiaan. Argentiinalaiset ovat kiinnostuneempia enemmän siitä, kenen kanssa he ovat tekemisissä kuin siitä, mitä yritystä tai organisaatiota tämä edustaa. Aluksi keskustellaan aivan muista asioista, kuten jalkapallosta tai henkilökohtaisista asioista, esimerkiksi ihmis- suhteista tai perheasioista. Aroista poliittisävytteisistä aiheista, kuten sotilasvallan ai- kaisista asioista ja korruptiosta puhumista tulisi välttää liikeneuvotteluissa. On siis tärkeää olla kärsivällinen ja pyrkiä kontaktien luomiseen, sillä liikeasiat hoituvat aika- naan. Neuvotteluista ei myöskään tulisi poistua heti niiden päätyttyä, sillä se voi olla loukkaavaa. Argentiinalaisten isäntien tulisi tehdä aloite neuvottelusta poistumiseksi. (Adams 2000, 111–112.)

Liikelahjojen antaminen on Argentiinassa yleistä, vaikkei lahjoja yleensä odotetakaan. Jos liikelahjoja annetaan, ne tulisi antaa vasta neuvottelujen päätyttyä. Liikelahjana voi antaa jotain suomalaisille tyypillistä tai esimerkiksi pr-tuotteita, mutta ei mitään kovin henkilökohtaisia lahjoja. Argentiinassa liikelahjat ovat monesti jopa todella yllellisiä, mutta myös vaatimattomammat lahjat sopivat, ellei lahjan antamisella ole

muita päämääriä. Uutena vuotena argentiinalaiselle liikeyhteistyöparille voi lähettää jonkin pienen liikelahjan, kuten alkoholia. (Mikluha 2000, 103.)

Argentiinassa on vuodesta 2007 lähtien ollut naispresidentti, Cristina Fernández de Kirchner. Hänet valittiin vuonna 2011 jatkokaudelle. (Yapp 2011.) Naiset ovat Argentiinassa edelleen harvinaisia korkeissa asemissa. Tästä huolimatta maa on kuitenkin edellä useita Latinalaisen Amerikan verrokkimaitaan. Asiassa on tapahtumassa muutosta naisten kouluttautumisen ansiosta, mutta Argentiina on edelleen melko macho kulttuuriltaan. Argentiinalaiset todennäköisesti kyselevät naisilta heidän perheestään, mutta tarkoitus on olla kiinnostunut, ei tunkeileva. Maassa vierailevat liikemiesten saatavat huomata neuvottelujen kariutuvan argentiinalaisen liikeyhteistyöparin mustasukkaisen vaimon tai naisystävän takia. (Adams 2000, 116–117.)

Argentiina tunnusti Suomen itsenäisyyden vuonna 1918. Suomi ja Argentiina ovat tehneet useita maiden välisiä sopimuksia. Esimerkiksi vuonna 1994 sopimus tulo- ja varallisuusveroja koskevan kaksinkertaisen verotuksen välttämiseksi, ja vuonna 1996 on laadittu sopimus investointien edistämiseksi. (Suomen suurlähetystö Buenos Aires 2011.)

Suomen ja Argentiinan väliset suhteet ovat perinteisesti hyvät. Maita on yhdistänyt esimerkiksi tangomusiikki ja autourheilu. Maiden välinen kaupankäynti on kasvanut 1990-luvun alun jälkeen. Argentiinaan on viety ainakin paperiteollisuuden tuotteita, koneita ja kuljetusvälineitä sekä kemianteollisuuden tuotteita. Argentiinasta on tuotu Suomeen soijaöljyä, raaka-aineita, elintarvikkeita ja kuparimalmia. (Paavilainen & Wilska 2001, 94–95.)

### 3.4 Kolumbia

Kolumbian pinta-ala on yli 1 138 000 neliökilometriä ja ihmisiä siellä asuu yli 45 miljoonaa (Central Intelligence Agency). Kolumbian Etelä-Amerikassa sijaitsevia naapurimaita ovat Brasilia, Ecuador, Peru ja Venezuela sekä Väli-Amerikassa Panama. Kolumbia sijaitsee pohjoisosassa Etelä-Amerikkaa. (Paavilainen & Wilska 2001, 159.)

Kolumbialainen liiketyyli on autoritäärinen ja impulsiivinen. Suoraan asiaan menemistä tulee välttää. Kärsivällisyys on tarpeen, sillä neuvottelut kestävät monesti pitkään ja ovat hitaita. Käyntikortit tulee olla englanniksi ja espanjaksi, ja kaikki muukin

käytettävä materiaali on hyvä kääntää espanjaksi. Käyntikortit ovat maassa hyvin yleisessä käytössä. Tittelit ovat tärkeitä ja teitittelyä harrastetaan monesti jopa ystävien kesken. Kuten "latinot" yleensäkin, kolumbialaiset eivät ole kovin täsmällisiä. Tapaukset on hyvä sopia etukäteen vastapuolen sihteerin välityksellä. (Fintra 2000, 59–62.)

Espanjan kielen hallitseminen on välttämättömyys Kolumbiassa toimimiseksi. Paikallisesta politiikasta tai uskonnollisista aiheista keskustelua on hyvä välttää. Hyviä puheenaiheita kolumbialaisten kanssa ovat esimerkiksi kahvin maailmanmarkkinahinta tai jalkapallo. Ihmisiä ei tule osoitella sormella, sillä se on töykeää. (Fintra 2000, 59–62.)

Ulkomaalaisiin kolumbialaiset suhtautuvat yleensä positiivisesti. Kannattaa kuitenkin olla tarkkana, vaikka ihmiset yleensä ystävällisiä ovatkin. Kolumbialainen ei yleensä sano ei, vaan se korvataan verukkein tai tekosyin. Täysin luottamuksellinen suhde kolumbialaisen kanssa edellyttää kauppasuhteen luomista. (Fintra 2000, 61–62.)

Liikelahjoina kolumbialaisille ei kannata antaa mitään turhaa rihkamaa, sillä he ovat hyvin laatu tietoisia. Liikelahjat ovat maassa hyvin arvostettuja, mutta eivät mielellään saisi olla henkilökohtaisia. Liikelahjoiksi käyvät hillittyä makua noudattavat esineet, ja esimerkiksi skottilainen viski ja viinipullo ovat osuvia liikelahjoja Kolumbiassa. (Mikluha 2000, 203.)

Kolumbia tunnusti Suomen vuonna 1919, ja maiden väliset diplomaattisuhteet solmittiin 1954. Suomella ei ole Kolumbiassa suurlähetystöä. Suomen ja Kolumbian väliset kauppasuhteet olivat vilkkaat 1960-luvulta 1990-luvun alkuun. Suomen viennissä Kolumbiaan huippuvuosia olivat 2005 ja 2006. Vuonna 2012 viennin arvo oli 80 miljoonaa euroa ja tuonnin 62 miljoonaa euroa. Maiden välisiä kauppasuhteita voisi kehittää paljon esimerkiksi metsä- ja energiasektoreilla, infrastruktuurissa ja meriteollisuudessa. Euroopan unionin ja Kolumbian välinen vuoden 2012 vapaakauppasopimus voi vahvistaa myös Suomen ja Kolumbian kauppasuhteita. (Suomen suurlähetystö Lima 2013.)

Kolumbiaan viedään Suomesta pääasiassa paperi- ja kartonkialan tuotteita, elektroniikkaa ja optisia laitteita, väriaineita, kemikaaleja, muovi- ja kumituotteita, rautaa, terästä ja teollisuudessa ja logistiikassa käytettäviä koneita ja laitteita. Kolumbiasta tuodaan

suomeen pääasiassa mineraaleja ja niiden johdannaisia, tekstiilejä, kahvia, teetä, kaa-kaota, hedelmiä sekä kasviksia. (Suomen suurlähetystö Lima 2013.)

### 3.5 Venezuela

Venezuelan pinta-ala on 912 050 neliökilometriä ja väkilukua on yli 28 miljoonaa (Central Intelligence Agency). Talouselämässä Venezuelan merkitys näkyy erityisesti öljyssä. Venezuela on suuri öljyntuottajamaa, joten öljyn merkitys maan talouteen on suuri. Maan talous vaihtelee öljyn maailmanmarkkinahintojen mukaisesti. (Paavilainen & Wilska 2001, 179.)

Kuten latinalaiseen tapaan yleisesti kuuluu, myös venezuelalaiset haluavat tutustua ja saada aikaan luottamuksen työskentelemänsä henkilön kanssa ennen varsinaiseen asiaan siirtymistä. Asioita on parempi hoidella paikan päällä kuin sähköisiä välineitä käyttäen. (Baguley 2008, 218.)

Kattavan verkoston luominen ja paikallisten kontaktien saaminen on tärkeää liiketoiminnan hoitamisessa Venezuelassa. Toisaalta Baguleyn (2008, 218) mukaan nuoret liike-elämässä olevat ja ulkomaalaisten kanssa työskentelemään totuneet saattavat poiketa tästä kaavasta ja olla valmiimpia menemään suoraan liikeasioihin suhteiden luomisen sijaan.

Venezuelalaiset ovat melko virallista kansaa. Baguleyn (2008, 218) mukaan ihmisiä tulisi puhutella heidän titteleidensä tai arvojensa mukaan. Virallisuus näkyy myös pukeutumisessa, ajankäytössä ja työpaikan arvohierarkiassa ylempänä olevien kunnioituksena.

Baguleyn (2008, 218–219) mukaan työelämän ajankäytössä venezuelalainen on täsmällinen. Tästä huolimatta tapaamisissa on tarkoitus enemmänkin keskustella kuin saada aikaan päätöksiä. Ensimmäinen tapaaminen uusien potentiaalisten liikekumppaneiden kanssa on hyvin virallinen, sillä sen tarkoituksena on suhteiden luominen. Myöhemmin voidaan olla vapautuneempia.

Venezuelalaiset ovat virallisia myös pukeutumisessaan. Baguleyn (2008, 218–219) mukaan virallisella pukeutumisella venezuelalainen haluaa sanoa, että hän on töissä ja tosissaan asiansa kanssa. Tittelit ja ihmisen arvo tai asema saa ja pitää näkyä Vene-

zuelassa. Pukeutumisessa sen voi näyttää esimerkiksi arvokkailla kelloilla tai koruilla tai hinnakkailla, tunnetuilla merkkivaatteilla. Arkipukeutuminen ja työpukeutuminen eroavat toisistaan selkeästi, joten ei jää epäselväksi, missä roolissa venezuelalainen kulloinkin on.

Venezuelassa on tapana antaa liikelahjoja, jos tilanne sen sallii. Niiden antamiseen liittyy lainsäädännöllisiä rajoituksia korruptiosyiden takia. Liikelahja ei saa olla arvokas, ellei lahjan saaja ole henkilökohtaisesti läheinen. Jotkut yritykset voivat kieltäytyä liian arvokkaiden lahjojen vastaanottamisesta kokonaan. Liikelahjoilla tulisi muistaa muitakin kuin ylintä johtoa. Myös kaikki muut kaupankäynnissä mukana olleet henkilöt tulee huomioida. Hyvä liikelahja on yhteydessä lahjoittajan yritykseen tai tuotteeseen. Miehelle voidaan antaa jotain toimistoon sopivaa, kuten hyvälaatuinen kynä. (Mikluha 2000, 322.)

Venezuela tunnusti Suomen itsenäisyyden vuonna 1920, ja maiden väliset diplomaattisuhteet solmittiin vuonna 1954. Suomella on Venezuelan pääkaupungissa Caracasisa suurlähetystö. Maiden välinen kaupankäynti on ollut melko vähäistä, mutta maiden väliset suhteet ovat hyvät. Tuonti Venezuelasta Suomeen on vähäisempää kuin vienti Suomesta Venezuelaan. Suomi ja Venezuela solmivat vuonna 1979 sopimuksen taloudellisesta ja teollisesta yhteistyöstä. (Ulkoasiainministeriö Venezuelan ja Karibian alueen kiertävä suurlähettiläs 2011.)

Venezuelaan viedyistä tuotteista keskeisimpiä ovat puhelin-, radio- ja tv-laitteet, paperi- ja pahvituotteet ja yleiskäyttöiset teollisuuden laitteet. Myös erinäisiä valmiita tuotteita sekä muita sähkökoneita ja -laitteita, toimialojen erikoiskoneita, rautaa ja terästä viedään Venezuelaan. Venezuelasta tuodaan Suomeen vähäisiä määriä esimerkiksi juomia, kivennäisöljyjä ja siitä tehtyjä tuotteita sekä öljypitoisia pähkinöitä. (Ulkoasiainministeriö Venezuelan ja Karibian alueen kiertävä suurlähettiläs 2011.)

### 3.6 Chile

Chile eli Chilen tasavalta on pinta-alaltaan yli 756 000 neliökilometriä ja väestöä yli 17 miljoonaa (Central Intelligence Agency). Chile on maantieteellisesti erittäin pitkä maa, yli 4300 kilometriä. Lännessä sitä rajoittaa Tyyni valtameri ja idässä Andien vuoristo. Vuoristomaisema on Chilessä vallitseva pinnanmuoto, tosin etelässä on myös runsaasti vuonoja ja jokimaisemaa. Pituutensa vastapainona se on todella kapea,

ja ilmanala vaihtelee arktisesta lähes tropiikkiin sijainnista riippuen. (Paavilainen & Wilska 2001, 119–120.)

Chilessä oli vielä aivan lähihistoriassa, eli ennen 1990-lukua, maan johdossa sotilasvalta. Tämän jälkeen maa teki paluun demokratiaan. Vastaavissa tilanteissa olleisiin naapurimaihinsa verrattuna tämä tapahtui myöhemmin. (Paavilainen & Wilska 2001, 120.)

Paavilaisen & Wilskan (2001, 120) mukaan Chile on Latinalaisen Amerikan edistyneimpiä maita. Sotilasvallan vaikutus näkyy kuitenkin yhteiskunnan arvomaailmassa, sillä Chile on moniin muihin Latinalaisen Amerikan maihin verrattuna arvoiltaan konservatiivisempi ja patriarkalisempi. Suuren merkityksen maan arvopohjaan on jättänyt myös roomalaiskatolinen uskonto. Tiukka sotilasvalta ja valvonta jättivät kansalaisten mieliin varovaisuuden sanomisiaan kohtaan. Paavilaisen & Wilskan (2001, 120) mukaan 2000-luvun taitteessa maa on kuitenkin alkanut päästä osasta sotilasvallan ajan perintöä jo eroon.

Chilessä kontaktit on luotava henkilökohtaisella tasolla, oli kyse sitten arkitilanteista tai liikeasioista. Potentiaalisia kontakteja on hyvä lähestyä perheestä puhumalla, sillä se on tärkeä asia Chilessä. Samasta perhekeskeisyyden syystä maan kulttuuriin voi toisaalta olla vaikea päästä sisälle, mutta pääasiassa chileläisillä on positiivinen asenne ulkomaalaisia kohtaan. (Roraff & Camacho 2003, 129–130.)

Ajankäytössä chileläiset ovat melko perinteisiä "latinoita". Liiketilanteissa chileläiset ovat täsmällisiä, mutta muissa tilanteissa se saattaa kuulua jopa huonoihin tapoihin. Chileläisillä on tapana pukeutua melko virallisesti jopa epävirallisiin tilaisuuksiin, kenties joitain nuoria ihmisiä lukuun ottamatta. (Roraff & Camacho 2003, 131.)

Chileläisillä on tapana hoitaa liiketapaamiset virallisesti. He eivät niinkään hoida liikeasioita liikelounailla, kuten monissa muissa maissa, eivätkä ainakaan sopimukseen asti. Ajankäytössä on oltava tarkka, kun kyse on liikeasioista. Tosin suomalaiselle aikataulussa pysyminen ei yleensä ole ongelma. Suoraan asiaan menemistä pidetään työkeänä, sillä chileläisten mielestä sopimukset tehdään kahden ihmisen kesken eikä niinkään kahden yrityksen tai muun organisaation kesken. On siis parempi aloittaa muista, kevyemmistä aiheista. Chileläiset ovat aina kiinnostuneita vastakumppanin perheestä, ja kertovat mielellään myös omastaan. Myös muista aiheista, kuten chileläi-



sestä viinintuotannosta, voi puhua jään murtamiseksi. (Roraff & Camacho 2003, 138–139.)

Chilessä tulee antaa mahdolliset liikelahjat vasta neuvottelun päätyttyä tai maasta poistuttaessa. Pieniä liikelahjoja suositaan, ja mainos- ja vieraslahjojen tulee edustaa antajansa kotimaata (Mikluha 2000, 121). Liikelahja tulee erottaa lahjuksesta. Roraffin & Camachon (2003, 140) mukaan chileläiset ovat huomattavan rehellisiä ja lahjusten antaminen on suuri loukkaus. Liikelahjojen antamisessa kannattaa siis noudattaa varovaisuutta.

Chile tunnusti Suomen itsenäisyyden vuonna 1919, ja maiden väliset diplomaattisuhteet solmittiin vuonna 1931. Suomella on Chilessä suurlähetystö. Chile on Brasilian jälkeen Suomen merkittävin kauppakumppani Latinalaisessa Amerikassa. Suomen kauppavaihdon arvo on vaihdellut erityisesti metsäteollisuuden konetoimituksista riippuen. Chilessä toimii noin 20 suomalaisyritystä, ja noin 80 yrityksellä sen lisäksi on edustaja Chilessä. Merkittävimmät edustajat ovat metsäsektorilta. Metsäsektorin lisäksi esimerkiksi kaivossektorilta ja telekommunikaatioaloilta on suomalaisedustajia Chilessä. (Suomen suurlähetystö Santiago de Chile 2010.)

Vientituotteina Chileen on viety enimmäkseen koneita ja laitteita sekä paperia. Vietyihin koneisiin ja laitteisiin kuuluvat erityisesti teollisuuden ja eri toimialojen erikoiskoneita ja -laitteita. Suomen Chilen tuonteihin sisältyy pääasiassa raaka-aineita, joista erityisesti malmeja ja metalliromuja tuodaan. Raaka-aineiden lisäksi oleellisia tuontitavaroita ovat juomat, erityisesti viinit, ja chileläiset hedelmät. (Suomen suurlähetystö Santiago de Chile 2010.)

### 3.7 Peru

Peru eli Perun tasavalta on pinta-alaltaan yli 1 285 000 neliökilometriä ja väestöä siellä asuu lähes 30 miljoonaa (Central Intelligence Agency). Peru sijaitsee Chilen ja Ecuadorin välissä. Andien vuoristo jakaa maan vuoristoiseen ja kuivaan ylänköön sekä kosteaan Amazonasin sademetsään. Perun ja sen naapurimaan Bolivian välissä on maailman korkeimmalla sijaitseva järvi, Titicaca. (Paavilainen & Wilska 2001, 169.)

Perussa ulkomaalaisen toimijan tulee saapua ajoissa liiketapaamiseen, vaikka paikalliset liikekumppanit eivät niin tekisikään. Tämä on siis samoin kuin monissa muissakin

Latinalaisen Amerikan maissa. Mukaan kannattaa ottaa englanniksi ja espanjaksi kirjoitetut käyntikortit. Tapaamisajat on hyvä sopia etukäteen. Kotiin kutsuttuna tulee kuitenkin saapua paikalle 30–45 minuuttia myöhässä. (Fintra 2000, 89.)

Liiketapaamisissa tulee noudattaa liikemiespukeutumista. Tumma puku ja siistit kenkät toimii kaikissa tapaamisissa. Perulaisten kanssa on hyvä osata espanjaa, sillä englannilla ei yleensä pärjää kovin pitkälle. He puhuvat mielellään omasta maastaan, sillä he ovat sen kauneudesta, historiasta ja taustasta todella ylpeitä. Perulaiset ovat kuitenkin yleisesti ottaen avoimia ja ystävällisiä ulkomaalaisia kohtaan, joten oman maan kehumista ei tule käsittää ulkomaalaisten vastaisena. Neuvotteluissa on hyvä edetä perinteisen muodollisesti, ja välttää keskusteluja maan sisäpolitiikasta sekä rotukysymyksistä. Yleensä maan asioista ei kannata puhua negatiiviseen sävyyn. Jyrkkiä kyllä- tai ei-tilanteita olisi muutenkin hyvä välttää. (Fintra 2000, 89–93.)

Peru on hierarkkinen yhteiskunta. Päälliköt päättävät ja muut tekevät. Tavattaessa ja erotessa kätellään, ja varsinkin aluksi tulisi käyttää titteleitä. Titteli ei kuitenkaan ole sinänsä oleellinen, vaan asema organisaatiossa. Sinuttelua tulee välttää. Asioiden esitystapaan tulee kiinnittää huomiota, sillä se on tärkeämpää kuin sanottu asia. Naisten asema liike-elämässä on miehiin nähden tasavertainen. Myös korkean iän saavuttaneita arvostetaan, oltiin asioista samaa mieltä heidän kanssaan tai ei. Ruokailutilanteissa vanhimmalla on tapana istua pöydän päässä. (Fintra 2000, 89–93.)

Perussa arvostetaan pieniä liikelahjoja, jotka eivät ole liian erikoisia tai kovin henkilökohtaisia. Niiden on hyvä olla kekseliäitä ja käyttökelpoisia. Ylimmälle johdolle ei saa viedä rihkamaa ja myös sihteerille tulee viedä lahja. Liikelahjojen tulee olla hinnaltaan kohtuullisia. (Mikluha 2000, 254.)

Suomen itsenäisyyden Peru tunnusti vuonna 1919, ja maiden väliset diplomaattisuhteet solmittiin vuonna 1963. Perun Limassa sijaitsee Suomen suurlähetystö. Maiden väliset suhteet ovat erittäin hyvät. (Suomen suurlähetystö Lima 2011.)

Perussa on edustettuna noin 30 suomalaisyritystä, ja tärkeimmät sektorit ovat kaivostechnologia, informaatioteknologia, sähköntuotantolaitteet sekä paperi. Perussa edustavien alojen määrä kasvaa jatkuvasti, ja mahdollisuuksia nähdään esimerkiksi metsäalalla ja ympäristötekniikan alalla. Viime vuosien aikana Suomen vienti Peruun on

ollut parhaimmillaan noin 100 miljoonaa euroa. Tuonti Perusta Suomeen on ollut parhaimmillaan noin 200 miljoonaa euroa. (Suomen suurlähetystö Lima 2011a.)

Kiinnostus Perua kohtaan kasvaa koko ajan. Kauppasuhteiden kehittämiseksi Suomen ja Perun välille on lanseerattu Finnpartnership-ohjelma. Ohjelma pyrkii tukemaan suomalaisyritysten tekemiä aloitteita Perussa ja auttaa perulaisyrityksiä löytämään suomalaisia liikekumppaneita. (Suomen suurlähetystö Lima 2011a.)

### 3.8 Ecuador

Ecuador on pinta-alaltaan noin 283 500 neliökilometriä ja ihmisiä siellä asuu yli 15 miljoonaa (Central Intelligence Agency). Maan nimi tulee sen sijainnista päiväntasaajalla. Andien vuorijono jakaa maan kahteen osaan ja sen länsipuolella sijaitsee Tyynenmeren rannikko. Andien itäpuolella on Amazonasin sademetsä, joka on harvaan asuttua aluetta. Länsiosissa ja rannikolla sijaitsee enemmistö Ecuadorin taloudellisesta toiminnasta. (Paavilainen & Wilska 2001, 201.)

Ecuadorilaiset ovat kommunikoinnissaan epäsuoria, kohteliaita ja diplomaattisia. Suoraa kommunikointia pidetään tönä useissa tilanteissa. Suhteet luodaan luottamuksen kautta, ja on tärkeää säilyttää kaikkien osapuolien arvokkuus. Luottamuksen luomiseen voi kulua pitkän aikaa, joten on tärkeää olla kärsivällinen ja säilyttää rauhallisuutensa. Yleisesti ottaen ecuadorilaiset ovat elämänasenteeltaan hyvin optimistisia. (Crowder 2002, 130–131.)

Ecuadorissa käteillä paljon tavatessa ja poistuessa paikalta, ja miehen ja naisen käteillä mies tekee aloitteen. Naisen ja miehen välinen kädenpuristus ei ole yhtä luja kuin miesten välinen. Toisensa tuntevat mies ja nainen tai nainen ja nainen voivat tervehtiä toisiaan poskisuudelmin, ja hyviä ystäviä olevat miehet halaamalla toisiaan ja taputtamalla toistensa selkiä. Ihmisten osoittelua pidetään tönä, esineiden ei. Toisen ihminen tulisi kutsua luokseen kämmen alaspäin sormia heiluttaen, sillä etusormen heiluttaminen on tönä käytöstä. Myös julkista haukottelua paheksutaan. (Crowder 2002, 131–132.)

Ihmisen henkilökohtainen tila on Ecuadorissa paljon pienempi kuin Suomessa tai muualla muussa Latinalaisen Amerikan ulkopuolisessa maassa. Se voi tuntua häiritsevä-

tä siihen tottumattomasta. Jonottaessa etuilu on myös yleistä, joten tärkeää on pysyä rauhallisena. (Crowder 2002, 132–133.)

Kuten monissa Latinalaisen Amerikan maissa, myös ecuadorilaisten aikakäsitys on melko joustava. Crowderin (2002, 133–134) mukaan harvat ecuadorilaiset saapuvat tapaamisiin tai juhliin aikataulun mukaisesti, vaan tavallisesti puolesta tunnista tuntiin tapaamisen virallisesti alettua. Liikeneuvotteluissa ollaan kuitenkin täsmällisempiä ja tarkempia kuin arkisemmissä tapaamisissa. Ulkomaisten neuvottelukumppaneiden on kuitenkin hyvä saapua paikalle ajoissa, tekivät ecuadorilaiset niin tai eivät. Näin voi välttää väärinkäsityksiä ja sen, ettei vastapuoli luule, ettet ole tosissasi liikeasioissa.

Neuvottelutilanteissa on hyvä osata espanjaa. Vastapuoli todennäköisesti tuomitaan ulkonäön ja pukeutumisen perusteella, joten on hyvä tietää, miten kyseiseen neuvotteluun tulisi pukeutua antaakseen hyvän vaikutelman. Keskustelu on hyvä aloittaa kevyistä aiheista, ja olla kohtelias. Poliittisista ongelmista tai ristiriidoista puhumista on hyvä välttää. Neuvotteluihin kuluu paljon aikaa, sillä luottamuksen kehittäminen on pitkäaikainen prosessi. Ulkomaisen neuvottelukumppanin tulisi jättää tarjouksiinsa neuvotteluvaraa ja olla paljastamatta kaikkea haluamaansa samalla kertaa. Ecuadorilaiset yrittävät monesti välttää kieltävän vastauksen antamista, joten voi joskus olla vaikeaa tietää, mitä he oikeasti tarkoittavat. (Crowder 2002, 147–149.)

Ecuadorissa on tapana antaa liikelahjoja. Liikelahjojen tulisi olla pieniä ja osoittaa hyvää makua. Paikalliset liikemiehet odottavat yleensä saavansa liikelahjoja ja ottavat niitä myös mielellään vastaan. (Mikluha 2000, 127.)

Crowderin (2002, 139–142) mukaan Ecuador on eräs korruptoituneimpia maita maailmassa. Lahjontaa paheksutaan, mutta käytännössä se on osa päivittäistä elämää, varsinkin alemmilla palvelun ja liiketoiminnan tasoilla. Ecuadorilainen lahjontatapa nähdään enemmänkin tipin antamisena palvelusta ja keinona jouduttaa asioita. Ulkomalaisia ei kuitenkaan kannusteta tekemään mitään laitonta, mutta tällainen järjestelmä on hyvä tiedostaa.

Ecuador tunnusti Suomen itsenäisyyden vuonna 1920, ja maiden väliset diplomaattisuhteet solmittiin vuonna 1965. Suomella ei ole Ecuadorissa suurlähetystöä. Maiden välinen kaupankäynti on vähäistä. Suomalaisia yrityksiä Ecuadorissa ovat ainakin No-

kia ja Wärtsilä, minkä lisäksi Fazer ostaa pääosan kaakaostaan Ecuadorista. (Suomen suurlähetystö Lima 2011b.)

Vuonna 2010 Ecuadoriin vietiin Suomesta esimerkiksi koneita, laitteita ja kuljetusvälineitä, kemiallisia aineita ja tuotteita sekä erilaisia valmiita tavaroita. Suomeen tuotiin esimerkiksi elintarvikkeita, eläviä eläimiä, muita raaka-aineita kuin polttoaineita, koneita, laitteita sekä kuljetusvälineitä. Suomeen tuodaan runsaasti myös reilun kaupan banaaneja Ecuadorista. (Suomen suurlähetystö Lima 2011b.)

### 3.9 Uruguay

Uruguayn eli Uruguayn tasavallan pinta-ala on yli 172 000 neliökilometriä ja väestöä siellä asuu noin 3,3 miljoonaa (Central Intelligence Agency). Uruguay on kooltaan ja väestöltään Suomea pienempi valtio. Uruguay sijaitsee kahden Etelä-Amerikan jättiläisen, Argentiinan ja Brasilian, välissä. Valtio perustettiin alun perin puskurivaltioksi näiden kahden valtion välille, ja tästä johtuu sen sijainti Río de la Plataksi kutsutulla jokisualueella. Uruguayn asema puskurivaltiona näkyi aina 1900-luvun alkuun asti. (Paavilainen & Wilska 2001, 189–190.)

Pienenä maana Uruguayn on ollut erityisen tärkeää käydä kauppaa suurien naapureidensa kanssa. Paavilaisen ja Wilskan (2001, 189–191) mukaan maan talous onkin seurannut erityisesti Argentiinan kehitystä, sillä näillä kahdella maalla on taloudessa samankaltaiset maatalousvaltaiset talousrakenteet.

Paavilaisen & Wilskan (2001, 190) mukaan maan pienuudesta on myös hyötyä. 1980-luvulla, monien muiden alueen maiden kärsiessä heikosta taloudesta, Uruguay onnistui pitämään yllä jonkinlaista hyvinvointia. Tämä oli lähinnä pienen väestön ja väestönkasvun vähyyden ansiota.

Uruguaylaista liikekumppania puhuteltaessa tulee käyttää titteleitä. Etunimien käyttö kuuluu ystävien väliseen kommunikointiin. Saapuessa ja lähtiessä on tapana kätellä, ja naiset myös monesti tervehtivät toisiaan poskisuudelmin. Käyntikortti tulee antaa esittelyn yhteydessä. Jokaisen ihmisen kanssa tulee kätellä erikseen, ja samoin hyvästelyt hoidetaan erikseen jokaisen tavatun ihmisen kohdalla. (World Trade Press 2010, 2.)

Liiketapaamiset ovat hyvin virallisia. Ne ovat sitä myös pukeutumisen osalta. Verkosuhteet ovat erittäin tärkeitä, sillä ilman niitä asiat eivät etene. Espanjan osaaminen on tärkeää Uruguayssa toimiessa, ja myös käyntikortit tulee olla englannin lisäksi myös espanjaksi. Myös naiset voivat periaatteessa edetä mihin virkaan tai työhön tahansa, mutta käytännössä harvat naiset ovat korkeissa asemissa. (World Trade Press 2010, 19.)

Uruguayssa juodaan paljon teen kaltaista juomaa matea, ja jos sitä ei halua juoda tarjottaessa, tulee kieltäytyä kohteliaasti (World Trade Press 2010, 19.) Mate tai yerba mate on suosittu juoma Uruguayssa, Argentiinassa ja Paraguayssa. Uruguayssa sitä nautitaan erityisen paljon. Mate on lievästi riippuvuutta aiheuttava juoma, joka vähentää stressiä. Mate-juoma sisältää mateiinia, joka on kofeiinin synonyymi. (Adams 2000, 136–137.)

Uskonnolliselta kannalta ajateltuna Uruguayta pidetään eräänä Latinalaisen Amerikan sekulaarisimmista. Katolilainen uskonto on jossain määrin osa maan kulttuuria, mutta kirkko ja valtio on erotettu toisistaan jo vuonna 1917, eikä uskonto ole määrittävä tekijä uruguaylaisten arkielämässä. Maassa on uskonnonvapaus eikä uskonnollisten ryhmien välillä ole ollut mainittavia ongelmia. (World Trade Press 2010, 12.)

Liikeahjojen antaminen ei ole tärkeä asia uruguaylaisessa liikekulttuurissa. Jos haluaa välttämättä viedä paikalliselle liikekumppanille lahjan, tulee ensin varmistaa, että on saanut luotua hyvän kauppasuhteen kyseisen henkilön kanssa. Suomalainen laadukas alkoholi tai muut suomalaiset esineet toimivat tällöin hyvänä liikelahjana. Älä vie lahjaksi mitään kovin henkilökohtaista, nahkatuotteita tai teräviä esineitä. Pakkaa lahja hyvin ja anna se oikeassa tilanteessa, kuten onnistuneiden kauppojen jälkeen. (World Trade Press 2010, 1.)

Uruguay tunnusti Suomen itsenäisyyden vuonna 1919, ja maiden väliset diplomaattisuhteet solmittiin vuonna 1935. Suomella ei ole suurlähetystä Uruguayssa. Suomen ja Uruguayn välisistä suhteista voidaan erityisesti sanoa, että Suomea ja Uruguayta yhdistää asema suuren "isoveljen" naapurina (Paavilainen & Wilska 2001, 195.). Vuosina 2006 ja 2007 maiden välinen kaupankäynti kasvoi huomattavasti. Suomalaisia kohtaan kiinnostusta on herättänyt metsäalan investoinnit, jotka ovat tehneet Suomesta maassa hyvin tunnetun. (Suomen suurlähetystö Buenos Aires 2010.)

Viime vuosien aikana Suomen ja Uruguayn välinen kaupankäynti on taantunut vuosi-  
en 2006 ja 2007 tasolta. Uruguaysta tuotiin vuonna 2009 Suomeen pääasiassa lihatuot-  
teita noin 11 miljoonan arvosta. Vientiin meni esimerkiksi paperituotteita, koneita ja  
laitteita noin 22 miljoonan arvosta. (Suomen suurlähetystö Buenos Aires 2010.)

#### 4 SUOMEN SUHTEET LATINALAISEEN AMERIKKAAN

Tässä luvussa käydään läpi Suomen ja Latinalaisen Amerikan suhteita historiallisesti  
ja nykyaikaisesti tarkasteltuna. Alueiden välinen kaupankäynti ja sen merkitys on li-  
sääntynyt globalisaation ja tekniikan kehittymisen myötä, mutta kaupankäyntiä on ol-  
lut jossain määrin ennenkin.

Nykyaikana Suomi suuntaa yhä enemmän taloudellista toimintaansa Latinalaisen  
Amerikan suuntaan, ja alueella toimiminen on kasvava trendi. Siirtomaatausta on eu-  
rooppalaistanut Etelä- ja Väli-Amerikan aluetta, joten siellä toimiminen on pääasiassa  
sujuvaa.

Luvussa käydään läpi myös suomalaisen kulttuurin erityispiirteitä, jotta niitä voi ver-  
rata Latinalaisen Amerikan kulttuurien piirteisiin. Luku käsittelee lyhyesti suomalai-  
sen kulttuurin käsitystä ajankäytöstä, tasa-arvosta, sanattomasta viestinnästä ja elekie-  
lestä. Myös muita suomalaisen kulttuurin erityispiirteitä, kuten suomalaisten erityis-  
osaamisalueita, tyypillisiä neuvottelutapoja ja muita suomalaisen kulttuurin piirteitä  
käsitellään. Tarkoitus on antaa lyhyt mutta kattava kuvaus myös suomalaisesta kult-  
tuurista.

##### 4.1 Historiallinen merkitys

Perinteisesti Latinalaisen Amerikan alue on ollut suomalaisille merkitykseltään pieni  
markkina-alue. Maamme viennistä suuntautui alueelle kuutisen prosenttia 1950-  
luvulla, jolloin kaupankäynti keskittyi voimakkaasti Argentiinaan ja Brasiliaan. Tä-  
män jälkeen osuus laski 1990-luvulle tultaessa noin kahteen prosenttiin. (Paavilainen  
& Wilska 2001, 249.)

Paavilaisen & Wilskan (2001, 249) mukaan suurin osa viennistämme on historiallises-  
ti keskittynyt lähialueille Eurooppaan. Onkin tyypillistä, että maat ja kansat käyvät  
kauppaa lähinnä naapureidensa ja muiden maantieteellisesti tarpeeksi lähellä sijaitse-

vien ihmisten kanssa. Se on ollut ja on osittain edelleenkin toimiva ratkaisu ajankäyttöä sekä maiden ja alueiden välisiä matkustusetäisyyksiä ajatellen.

Euroopan unionin maiden lisäksi suomalaisten merkittävä vientikohde historiallisesti on ollut Neuvostoliitto, jonka osuus nousi 1980-luvulla parhaimmillaan 30 prosentin tietämille. Neuvostoliiton romahdettua osuus romahti roimasti, ja entisen Neuvostoliiton alueen osuus vuonna 1992 oli alle 3 prosenttia Suomen viennistä. Yhdysvaltojen osuus on ollut vaihteleva, ja 1990-luvulla on alkanut erityisesti Aasian maiden markkinoiden voimakas nousu. (Paavilainen & Wilska 2001, 249–251.)

Suomen viennistä Latinalaiseen Amerikkaan merkittävässä osassa ovat olleet paperi ja sellu. Vuoden 1950 viennistä oli näitä tuotteita yli 90 prosenttia. 1960-luvulla kuljetusvälineiden osuus kasvoi merkittävästi. 1990-luvulla muut koneet ja laitteet nousivat suurimmaksi alueelle viedyksi tuoteryhmäksi. (Paavilainen & Wilska 2001, 252.)

Tuonnin osalta huippuvuodet olivat 1950-luvun alkupuolella, jolloin Latinalaisesta Amerikasta tuotujen tuotteiden osuus oli Suomen kokonaistuonnista kymmenisen prosenttia. Tämän jälkeen osuus laski merkittävästi. Alueelta on tuotu Suomeen pääasiassa raaka-aineita, kuten kahvia. Vuonna 1970 kahvin osuus alueen kokonaistuonnista Suomessa olikin yli 76 prosenttia, mutta sen jälkeen kahvin osuus on hiljalleen laskeutunut. (Paavilainen & Wilska 2001, 253–254.)

## 4.2 Nykypäivä

Nykypäivänä suomalaisella vientiteollisuudella on kova tarve löytää uusia vientikohdeita. Euroopan unionin alueen markkinat eivät ole enää yhtä vetävät kuin aikaisemmin, eikä esimerkiksi Kiinan ja Intian alueilla ole enää samanlaista markkinarakoa kuin aikaisemmin on ollut. Latinalainen Amerikka on suomalaisyritysten mielestä nyt erityisen houkutteleva myös suomalaisen vientiteollisuuden näkökulmasta. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2012.)

Latinalaisen Amerikan alueella toimii jo yli sata suomalaisten yritysten tytäryhtiötä. Näiden yhtiöiden palveluksessa on noin 30 000 henkilöä, ja liikevaihto on yhteensä viitisen miljardia vuositasona. Alueella jo noin 500 suomalaista yritystä vie Latinalaisen Amerikan maihin tavaraa tai palveluja. Suomalaisten suurimmat toiminta-alat alueella ovat metsä- ja kaivosteollisuus sekä tietotekniikka, mutta myös muut alat hou-



kuttelevat suomalaisia Latinalaisen Amerikan maihin. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2012.)

Yksi syy, miksi Latinalainen Amerikka on vasta nyt nousemassa suomalaisten tietoisuuteen, on alueen sijainti Suomesta katsoen. Kulttuuripiiriltään Latinalaisen Amerikan alue on kuitenkin hyvin eurooppalaistaustainen, mikä helpottaa suomalaisten toimimista alueella. (Suomen suurlähetystö, Buenos Aires 2013.)

Suomen suurlähetystö, Buenos Airesin julkaisemassa artikkelissa (Suomen suurlähetystö, Buenos Aires 2013) kerrotaan Ulkoministeriön 13.helmikuuta 2013 Säätytalolla julkaisemasta Suomen Latinalaisen Amerikan ja Karibian toimintaohjelmasta. Toimintaohjelma painottaa alueen kasvavaa merkitystä markkinataloudessa ja pyrkii vahvistamaan suomalaisten toimijoiden yhteistyötä alueella. Latinalaisen Amerikan osuus Suomen ulkomaankaupasta on vain kolme prosenttia, joten kehittämisen varaa löytyy. Talousasioiden lisäksi yhteistyötä on tarkoitus kehittää myös entisestään koulutuksen, tieteen ja tutkimuksen aloilla. Suomen nykyisellä hallituksella on myös erityinen Team Finland -konsepti, jonka tarkoituksena on kehittää Suomen taloudellisia ulkosuhteita ja kansainvälisyyttä.

#### 4.3 Suomalaisten tavat toimia

Moneen Latinalaisen Amerikan maahan verrattuna Suomi on varsinkin asukasluvultaan erittäin pieni maa. Suomestakin löytyy tietysti kaikenlaisia ihmisiä, mutta tiettyjä kansallisia erityispiirteitä on ihmisten käytöksessä havaittavissa. Joissain kohdissa ne voivat erota oleellisestikin kohdemaan tavoista ja liiketoimintakulttuurista.

Tannerin (2002, 48) mukaan suomalaiset ovat hyvin homogeeninen kansa ja sen myötä melko yksikulttuurisia. Ei ole vielä kauaa niistä ajoista, kun suomalaisessa katukuvassa ei näkynyt juuri lainkaan ulkomaalaisia tai kuulunut muita kieliä kuin suomea tai lähinaapureiden kieliä. Varsinkin maaseudulla tilanne oli pitkään tällainen.

Nykyään Suomessa asuu yhä enemmän maahanmuuttajia eri maista ja täten eri kulttuuripiireistä, ja suomalaisetkin matkustelevat ja opiskelevat enemmän muita kieliä ja tietoa eri kulttuureista. Ei siis voida enää nykyään täsmällisesti sanoa, mikä on suomalaista ja mikä ei. (Tanner 2002, 48.)

Ajankäytön täsmällisyys on monesti mainittu suomalaisena ominaisuutena tai hyveenä näkökulmasta riippuen. Suomalaiset ovat yleensä paikalla sovittuna aikana sovitussa paikassa tai monesti jopa etuajassa. Latinalaisen Amerikan kulttuurien erityispiirteisiin kuuluu monesti rennompi aikakäsitys. Tannerin (2002, 49) mukaan suomalaisten tulee käsittää tämä ulkomaille mentäessä. Muista maista tulleiden on opittava käsittämään, ettei toisten kulttuurien edustajien aikakäsityksiä pysty muuttamaan. Kun tästä lopettaa stressaamisen, onnistuu työntekokin paremmin.

Oleellinen kulttuurinen piirre on kehonkieli, johon kuuluu myös katsekontakti ja fyysinen etäisyys. Suomalaiset ovat yleensä tarkkoja omasta tilastaan eivätkä juuri koskettele toisiaan. Katsekontaktiakaan ei monesti ole tapana säilyttää pitkään eikä muualle katsomista pidetä mitenkään ihmeellisenä. Muissa kulttuureissa näitä kulttuuripiirteitä saatetaan pitää paikasta riippuen joko hyvänä tai huonona käytöksenä. (Tanner 2002, 49.)

Suomalaiset yleisesti sietävät hiljaisuutta hyvin. He myös miettivät asioita hiljaisuudessa. Puheliaammissa kulttuureissa, joissa yleensä siedetään hiljaisia hetkiä huonommin, on tapana jatkaa puhumista myös miettimisen aikana. Suomalaisista jatkuva puhuminen ja esillä oleminen ovat häiritseviä piirteitä, mutta päinvastaiseen tottuneesta suomalainen vaikuttaa hitaalta tai tyhmältä. (Lewis 2005, 72–73.)

Suomalainen kulttuuri on yksilöllinen. Se tarkoittaa esimerkiksi sitä, että yksilö vastaa omista onnistumisistaan ja virheistään. Ne myös koskettavat vain kyseistä yksilöä eikä suurempaa yhteisöä. Tannerin (2002, 50) mukaan enemmistö maailman kulttuureista on kuitenkin yhteisökeskeisiä. Tällaisissa kulttuureissa sukulaisten ja muun ympäröivän yhteisön mielipiteet ovat tärkeitä. Suomalaisen voi olla vaikea ymmärtää, miten yhteisön sääntöjä rikkova jäsen voi olla häpeäksi koko yhteisölle. Lewisin (2005, 57–58) mukaan suomalainen yksilöllisyys ei kuitenkaan pidä sisällään sitä, että suomalaiset rikkoisivat lakeja ja lupauksia tai sanoisivat toista tarkoittaessaan toista. Yksilöllisyydestään huolimatta suomalaiset ovat hyvin kiinnostuneita siitä, mitä mieltä muut heistä ovat. Kyseessä on kenties lievemmissä määrin sama asia kuin joidenkin aasialaiskulttuurien kasvokonsepti.

Tannerin (2002, 51) mukaan suomalaiset ovat tunnettuja rehellisyydestä, sisusta, luonnonläheisyydestä ja tasa-arvosta. Erilaisuutta on kuitenkin kunnioitettava vieraalla maaperällä ollessa, vaikkei ihan kaikkea tarvitsekaan hyväksyä. Kulttuurin ja yhteisön

arvoja ei kuitenkaan muuteta helposti ja ulkomailta tulevalle yksittäiselle ihmiselle se lienee lähes mahdoton tehtävä.

Tasa-arvo on Suomessa arvojärjestyksessä korkealla. Tämä koskee niin sukupuolten kuin jossain määrin esimerkiksi myös eri ikäryhmien välistä tasa-arvoa. Suomessa nuorikin esimiesasemassa oleva henkilö voi olla uskottava ja hyvä työssään. Tannerin (2002, 51) mukaan monissa muissa kulttuureissa senioriteetti on kuitenkin ehdottoman tärkeä osa ihmisen uskottavuutta esimiehenä. Nuori johtaja ei välttämättä ole hyvä ja toimiva auktoriteetti vanhempien alaistensa silmissä.

Suomalaiset eivät ole kovin virallisia edes työelämässä. Teitittelyä ei juuri harrasteta, ja ihmisiä kutsutaan etunimillä nopeasti. Kaikkia on tapana kohdella samanarvoisesti titteleistä ja asemasta riippumatta. Tapaetiketit eivät ole Suomessa hirveän tärkeitä kovin monissa yhteyksissä. (Lewis 2005, 139–140.)

Sukupuolten välinen tasa-arvo on suomalaisille nykyään itsestäänselvyys. Joitain yksittäisiä poikkeuksia lukuun ottamatta kummankin sukupuolen edustajat voivat olla yhtä uskottavia asemassa kuin asemassa. Monissa muissa kulttuureissa sukupuolten väliset roolit ovat tarkemmin rajattuja ja selkeämpiä.

Suomalaiset ovat tekniseltä osaamiseltaan huippuluokkaa ja siinä mielessä varteen-otettavia asiantuntijoita omalla alallaan. Monesti liike-elämässäkkin suomalaiset haluavat vain hoitaa kaupat valmiiksi ja keskittyä neuvotteluissa asiantuntemukseen poikkeamatta sivuraiteille itse asiasta. Sitä saatetaan kuitenkin pitää muualla työkeänä. Asiakeskeinen lähestymistapa ei sellaisenaan sovellu moneenkaan muuhun kulttuuri-piiriin, vaikka toki itse asioiden osaamista arvostetaankin. (Lehtipuu 2010, 21–22.)

Lehtipuun (2010, 21) mukaan suomalaista neuvottelutapaa voi hyödyntää erityisesti niissä paikoissa, joissa se on jo tullut tutuksi. Vastapuolen tulee kuitenkin ymmärtää suomalainen tapa mennä kiertelemättä suoraan asiaan, joten ennestään tuntemattomien kanssa tulee noudattaa ehdotonta varovaisuutta. Taustoitusta tarvitaan ja eri toimintakulttuurien välille tulisi löytää tasapaino. Lewisin (2005, 141) mukaan suomalaiset yleensä tarkoittavat mitä sanovat, vaikka ovatkin vähäpuheisia. He odottavat yhtä lailla muidenkin pysyvän sanojensa takana.

Suomalainen tapa mennä suoraan asiaan saattaa katkaista neuvottelun lyhyeen. Monissa kulttuureissa, myös Latinalaisessa Amerikassa, on tärkeää tutustua neuvottelukumppaneihin syvemmin. He myös haluavat tietää, millaisen henkilön kanssa ovat tekemisissä ennen itse asiaan siirtymistä. Suorapuheisuus saatetaan käsittää työkeytenä tai tunkeiluna. (Lehtipuu 2010, 21–22.) Suomessa on kuitenkin tärkeämpää itse sanottu asia kuin se, kuka sen sanoo, mutta suorudesta huolimatta suomalaiset ovat ystävällisiä ja kohteliaita (Lewis 2005, 139).

Lehtipuun (2010, 22) mukaan suhteita luodessa on tärkeää unohtaa myös suomalainen teknologiaorientoituneisuus. Suomalaiset kommunikoivat mielellään sähköpostitse, puhelimitse, tekstiviestein ja muilla vastaavilla sähköisillä välineillä. Sähköisiä välineitä käytettäessäkin tulee muistaa olla hienotunteisempi ja vähemmän suoraan asiaan menevä, ellei kauppakumppani ole ennestään tuttu. Tärkeämpää olisikin pyrkiä neuvottelemaan paikan päällä ihmisten kanssa, jolloin suhteiden luominen on helpompaa.

Latinalaisessa Amerikassa toimiessa kannattaa jättää CV:ssä mainitsematta erityisesti suomalaisten miesten yleinen ylpeydenaihe eli sotilasarvo. Näiden maiden historiallisen taustan ja armeijakäsityksen takia sotilaisiin saatetaan suhtautua hyvin eri tavalla kuin Suomessa. Monien Latinalaisen Amerikan maiden historia on sotaista. Myös Suomessa käytetty käsite reservi voidaan käsittää väärin. Suomen ulkopuolella reservi tarkoittaa monesti jonkinlaista palkka- tai työsuhdetta armeijaan. Mahdollisia väärinkäsityksiä välttääkseen armeijatausta on siis parempi jättää mainitsematta. (Korhonen 2010.)

## 5 OPAS LATINALAISessa AMERIKASSA TOIMIMISEEN

Opinnäytetyön teoriaosuuden pohjalta on tuotoksena opas Latinalaisessa Amerikassa toimimiseksi. Oppaan kohderyhmä on Latinalaiseen Amerikkaan työskentelemään, harjoittelujaksolle tai vaihto-opiskelemaan menevät, joilla on kiinnostusta alueella toimimiseen pidemmälläkin ajanjaksolla. Opasta voi tietenkin jakaa myös esimerkiksi kurssimateriaalina tai vaihtojaksoa vasta pohtiville opiskelijoille.

Oppaassa on vähän kuvia, sillä kuvien tekijänoikeudet ovat hankala asia. Kartta on kuitenkin oleellinen, jotta tietäisi mistä ja millaisesta alueesta on kyse. Kartta otettu on Creative Commons -lisenssillä kuvapankista. Kuvassa oleva lisenssi antaa mahdollisuuden käyttää kuvaa, kunhan tekijän nimi mainitaan kuvan yhteydessä. Kuva on löy-

detty Kymenlaakson ammattikorkeakoulun kirjaston sivuille linkitetystä kuvapankista Everystockphotosta. Kuvassa on maiden ja paikkojen nimet englanniksi, sillä niiden muokkaaminen olisi tekijänoikeudellisesti arveluttavaa. Maiden nimet ovat myös aika samat englanniksi kuin suomeksi. Kuvan on enemmänkin tarkoitus vain osoittaa mistä alueesta on kyse.

## 5.1 Oppaan kirjoittamisesta

Opas on laadittu opinnäytetyöhön kerätyn tiedon pohjalta. Opinnäytetyön tietoja on oppaassa yksinkertaistettu ja lyhennetty. Päädyin siihen, etten merkitse oppaan tekstiosuuksiin ollenkaan lähteitä tai lähdeviitteitä, sillä se olisi tehnyt oppaasta hankalasti luettavan. Opas ei myöskään ole tieteellistä tekstiä. Karttakuvassa on kuitenkin mainittu tarkemmin lähde.

Tyylinä oppaassa on käytetty asiatekstiä. Opasta kirjoittaessa tuli ottaa huomioon sivukoon tuomat rajoitteet. Opinnäytetyön tietoa piti tiivistää, sillä muuten kaikki oleellinen tieto ei olisi mahtunut oppaaseen.

Opasta kirjoittaessa tuli ottaa huomioon, että se on opinnäytetyöstä itsenäinen tuotos. Sen tulee siis toimia täysin ilman opinnäytetyön teoriaosuutta. Oppaan tulee palvella Latinalaiseen Amerikkaan työskentelemään tai muusta syystä alueelle toimimaan meneviä. Pelkästään alueen kulttuurista kiinnostuneille opas voi olla liian suppea.

## 5.2 Oppaan rakenne

Opas on kansineen 20 sivua. Ensin ajattelin, että teen oppaan Microsoft PowerPoint -muotoisena, mutta sitten päädyin Microsoft Office Publisheriin. Publisher käy hyvin erilaisten julkaisujen ja esitteiden tekemiseen. A4-kokoista opasta on mielestäni vaikea kuljettaa mukana, joten päädyin tekemään oppaan sivuista A5-kokoisia. A4 on tavallisesti käytetyn paperiarkin kokoinen, ja A5 on puoliksi taitettu A4-arkki.

Oppaan sivuissa on molemmilla puolilla tekstiä, mikä tuotti omat vaikeutensa. Yhdellä A4-arkilla on neljä oppaan sivua, joten oppaan sivujärjestyksen hahmottamisessa tuli olla tarkkana. Esimerkiksi samalle arkille etukannen kanssa tulee muun muassa takakansi. Näin oppaasta tuli helposti kasattava ja tulostettava.

Oppaassa on kansilehti, jossa on Microsoft Office Publisherista valitut kuviot. Kuviot ovat väriltään vaalean- ja tummanvihreitä. Kaikilla oppaan sivuilla on käytetty kannen kanssa samantyyllisiä ja väriltään yhteneviä reunuskuvioita. Näin oppaassa pysyy yhtenäinen ilme.

Aluksi oppaassa on sisällysluettelo, josta löytyy muiden osien sivunumerot. Sivunumerointi alkaa vasta sisällysluettelon jälkeen. Sisällysluettelon jälkeen on lyhyt johdanto, jota seuraa ulkomaille menijälle hyödyllinen muistilista. Sen jälkeen on taulukkomuotoinen kulttuurivertailu suomalaisista ja "latinoista", jonka jälkeen on kartta Latinalaisesta Amerikasta. Kartan jälkeen on johdanto maaesittelyihin, jota seuraa itse käsiteltyjen maiden kulttuurien kuvaukset.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA JATKOTUTKIMUSMAHDOLLISUUDET

Tämän opinnäytetyön tiedon pohjalta voi sanoa, että Suomen ja Latinalaisen Amerikan välinen kaupankäynti on kasvussa. Historiallisesti se on ollut vielä melko vähäistä, mutta nykyinen trendi näyttää valoisaa tulevaisuutta maiden välisille taloussuhteille. Suomalaiset organisaatiot useilta toimialoilta ovat enenevässä määrin suuntautuneet toimimaan alueella. Alue nähdään yhä houkuttelevampana markkinana maailman tasolla. Latinalainen Amerikka on nouseva talousalue, johon katseet tulevat kohdistumaan tulevaisuudessa entistä enemmän.

Tutkimuksesta selvisi, että suomalaisilla ja "latinoilla" on eräitä tärkeitä huomioitavia kulttuurillisia eroja. Latinalaisen Amerikan kulttuurit pohjaavat jokaisen maan erityispiirteiden lisäksi eteläeurooppalaisten maiden kulttuureihin. Suomalaiset ovat elekielessään ja muussa sanattomassa viestinnässään "latinoita" hillitympiä, joten elekieleen ja sanattomaan ilmaisuun suomalaisten tulisi kiinnittää huomiota, varsinkin jos tarkoituksena on olla näissä maissa pidemmän aikaa.

Suomalaiset luottavat suoraan puheeseen eivätkä erityisemmin kiertele kiistanalaisia-kaan aiheita. Monissa Latinalaisen Amerikan kulttuureissa on tapana kierrellä enemmän ja pyrkiä kohteliaisuuteen. Myös kieltävän vastauksen antamista pyritään välttämään.

Monet "latinot" haluavat tutustua neuvottelukumppaniin ennen itse asiaan siirtymistä. Verkostosuhteet vaikuttavat monesti oleellisemmilta kuin itse liikeasiat. Tärkeintä on

saavuttaa luottamus vastapuolen silmissä ja ylläpitää suhteita mahdollisten sopimusten jälkeenkin. Monissa maissa on tärkeää pyrkiä pitkäaikaisten verkostosuhteiden luomiseen. Suhteiden täytyy kuitenkin olla aitoja ja vilpittömiä, sillä varsinkin pitkällä aikavälillä pyrkimykset pelkästään toisesta hyötymiseen varmasti huomataan.

Edelliset kohdat liittyvät vahvasti siihen, että Latinalainen Amerikka on yleisesti ottaen hyvin yhteisöllistä kulttuuripiiriä. "Latinot" ovat suomalaisia kiinnostuneempia muista ihmisistä ja heidän mielipiteistään. Yksilöllisesti toimimaan tottuneelle suomalaiselle jatkuva sosiaalisuus voi olla vaikea asia ymmärtää ja kenties jopa sietää. Latinalaiseen Amerikkaan lähtevän kannattaa jo etukäteen varautua väistämättömään kulttuurishokkiin. On tärkeää ottaa kohdemaasta mahdollisimman paljon selville ennen sinne menemistä.

Myös Latinalaisen Amerikan maiden välillä on joitain kulttuurieroja riippuen maiden historiasta ja kehityksestä. Monissa maissa on samanlaisia piirteitä varsinkin ulkopuolelta katsottuna, ja erityispiirteiden huomiointi vaatii pidempää oleskelua kyseisessä maassa.

## 6.1 Lähdemateriaalin arviointi

Käytetyt lähteet ovat pääasiassa aiheeseen liittyvää kirjallisuutta, minkä lisäksi on muutamia verkkolähteitä. Osa kirjalähteistä on jo noin kymmenen vuotta vanhoja. Paavilaisen & Wilskan Rumba Económica julkaistiin vuonna 2001, joten olen pyrkinyt referoimaan sitä soveltuvien osien ja jättänyt pois muuttuvan tiedon. Soveltuvia osia ovat historiaosuudet, sillä historia ei voi enää muuttua, ja kulttuuripiirteet, sillä ne eivät oletettavasti ole erityisemmin muuttuneet kahdentoista vuoden aikana. Rumba Económica on myös erittäin kattava teos kaikilta osin.

Taloussanomien (Korhonen 2010) on lähteenä jossain määrin kyseenalainen. Itse pidän Taloussanomien iltapäivälehtityyppisenä julkaisuna, joten sen julkaisemiin artikkeleihin suhtaudun monesti hieman skeptisesti. Lainaamani artikkeli esittää kuitenkin mielestäni hyviä huomioita ja antaa ajattelun aiheita.

Osa lähteistä on valittu liittyen liiketoiminta- ja tapakulttuuriin. Ne ovat oleellista tietoa, jos halutaan kasata opas kulttuurissa toimimiseen. Näistä olen pyrkinyt tuomaan esiin oleellisen tiedon, sillä aivan kaikkia pieniä yksityiskohtia ei ole mielestäni tar-

peen eikä voikaan kunnolla huomioida. Näissä on myös otettava huomioon, että tällaiset neuvot saattavat monesti olla suuntaa antavia, ja voivat poiketa joissain määrin erilaisten ihmisten parissa toimiessa.

Olen pyrkinyt valitsemaan lähteitä, joissa esitetyt mielipiteet eivät olisi sidoksissa mihinkään kaupalliseen motiiviin. Tiedon objektiivisuus on mielestäni tärkeää, mutta tässä suhteessa täydellisiä tekstejä on varmaankin mahdotonta löytää. Vieraskielisissä lähteissä kulttuurierot voivat myös vaikuttaa tiedon esittämistapaan.

## 6.2 Tavoitteiden saavuttaminen

Laaditusta oppaasta löytyy helposti perustiedot oleellisimmista suomalaisten ja "latinoiden" kulttuurieroista. Siitä käy ilmi nopeasti, mitä tulee ottaa huomioon Latinalaisessa Amerikassa toimiessa. Oppaasta löytyy huomioon otettavat kulttuuripiirteet käsitellyistä yhdeksästä maasta. Kulttuuripiirteistä löytyy tietoa niin kommunikoinnin, liikekulttuurin kuin liikelahjojen antamisen osalta. Maakohtainen tieto kuitenkin vaihtelee käytetystä lähteestä riippuen. Jokaisesta maasta on joka tapauksessa tärkeää tietoa, vaikka se joistain maista onkin kenties yksityiskohtaisempaa.

Suomen ja käsiteltyjen Latinalaisen Amerikan maiden suhteet selvisivät pääosin. Saatua tietoa vaihtelee hieman maittain käytetyistä lähteistä riippuen. Pyrin löytämään mahdollisimman ajantasaista tietoa. Kulttuuripiirteet eivät todennäköisesti ole suuresti muuttuneet kymmenen vuoden sisällä, joten niistä kirjoitettaessa ei tarvitse aivan tuoreita lähteitä. Suomen ja Latinalaisen Amerikan maiden suhteista löytyi kuitenkin melko ajantasaista tietoa.

Tietoa Suomen ja Latinalaisen Amerikan alueen suhteista yleisesti löytyi myös riittävästi. Opinnäytetyöhön löytyi talousnäkökulmasta sopivasti historiatietoa, joka pohjustaa maiden välisiä suhteita ja auttaa Latinalaisen Amerikan toimintatapojen ymmärtämisessä. Esimerkiksi siirtomaataustasta tietäminen auttaa ymmärtämään alueesta enemmän. Myös nykypäivän suhteet Suomeen selvisivät yleisesti. Tärkein tieto on se, että kiinnostusta Latinalaisessa Amerikassa toimimiseen löytyy aina vain enemmän. Kaupankäynnin kasvu voi lisätä kiinnostusta muuhunkin yhteistyöhön molemmin puolin.



Pystyin rajaamaan tutkimusalueen onnistuneesti, joten työ ei laajentunut liikaa. Joistakin maista, kuten Meksikosta, olisi löytynyt paljon tietoa eri alueilta. Työn tarkoituksena on olla enemmänkin yleinen opas. Liian tarkka maakohtainen tieto ei siis sopinut työhön. Tarkoitus oli luoda yleiskuva käsitellyistä maista ja niiden kulttuureista sekä suhteista Suomeen.

### 6.3 Jatkotutkimusaiheet

Suomalaisten organisaatioiden toimimista voisi tutkia tarkemmin jossain tietyssä Latinalaisen Amerikan maassa. Tärkeimpien toimialojen tai tietyn yrityksen edustajien mielipiteitä maassa toimimisesta ja elämisestä voisi selvittää. Maassa asuvat osaavat parhaiten vertailla lähtömaansa ja työskentelymaansa eroja ja yhtäläisyyksiä. Harjoittelujaksolle Latinalaiseen Amerikkaan menevä tai sopivassa organisaatiossa työskentelevä voisi miettiä tutkimusta paikan päällä. Myös esimerkiksi naisten asemaa liike-elämässä Latinalaisen Amerikan maissa voisi käsitellä tarkemmin. Myös haastattelututkimus on hyvä vaihtoehto.

Vastavuoroisesti voisi myös selvittää "latinoiden" mahdollisia ongelmia suomalaisessa kulttuuripiirissä ja miettiä niihin ratkaisuja. Selvityksen tekeminen siitä, kuinka moni olisi kiinnostunut työskentelemään Suomessa tai Euroopassa, olisi myös mielenkiintoinen tutkimusaihe. Suomeen on jo tullut esimerkiksi hoitoalan henkilökuntaa ulkomailta, ja muutenkin työvoiman liikkuminen on yleistynyt.

## LÄHTEET

Adams, F. 2000. Culture Shock! Argentina A Guide to Customs and Etiquette. London: Kuperard.

Agencia Peruana de Noticias. 2011. Alianza del Pacífico podría convertirse en bloque comercial más grande y ambicioso de Latinoamérica. AméricaEconomía. Saatavissa: <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/alianza-del-pacifico-podria-convertirse-en-bloque-comercial-mas-grande-y-> [viitattu 12.4.2013].

Baguley, K. 2008. CultureShock! A Survival Guide to Customs and Etiquette Venezuela. Tarrytown, NY: Marshall Cavendish.

Central Intelligence Agency. The World Factbook. Saatavissa: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook> [viitattu 6.4.2013].

Crowder, N. 2002. Culture Shock! Ecuador A Guide to Customs and Etiquette. London: Kuperard.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2012. Latinalaisessa Amerikassa on nyt imua. Saatavissa: [http://www.ek.fi/ek/fi/ajankohtaista/latinalaisessa\\_amerikassa\\_on\\_nyt\\_imua-9868](http://www.ek.fi/ek/fi/ajankohtaista/latinalaisessa_amerikassa_on_nyt_imua-9868) [viitattu 27.3.2013].

Eurostat. 2010. Andean Community of Nations (CAN). European Commission. Saatavissa: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/international\\_statistical\\_cooperation/asia\\_and\\_latin\\_america/latin\\_america/andean\\_community\\_of\\_nations](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/international_statistical_cooperation/asia_and_latin_america/latin_america/andean_community_of_nations) [viitattu 12.4.2013].

Fintra. 2000. Kulttuureja ja käyttäytymistä Amerikka ja Australia. 4. painos. Helsinki: FINTRA.

International Monetary Fund. World Economic Outlook Database. September 2011 Edition. Saatavissa: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/02/weodata/index.aspx> [viitattu 30.3.2013].

Klonsky, J. 2012. Mercosur: South America's Fractious Trade Bloc. Council on Foreign Relations. Saatavissa: <http://www.cfr.org/trade/mercosur-south-americas-fractious-trade-bloc/p12762> [viitattu 12.4.2013].

Korhonen, P. 2010. Armeija voi pilata urasi. Taloussanomat. Saatavissa: <http://www.taloussanomat.fi/tyo-ja-koulutus/2010/02/20/armeija-voi-pilata-urasi/20102526/139> [viitattu 14.1.2013].

Lehtipuu, U. 2010. Kulttuuriälykäs bisnesviestijä Aasiassa ja Amerikassa. Porvoo: WSOYPro Oy.

Lewis, R. 2005. Finland, Cultural Lone Wolf. Boston, MA: Intercultural Press.

Maúrtua, O. 2012. “Comisión Económica para América Latina y el Caribe. CEPAL”. La Crónica de Hoy. Saatavissa: <http://www.cronica.com.mx/notas/2012/630949.html> [viitattu 12.4.2013].

Mikluha, A. 2000. Lahjat ja liikelahjat eri maissa. 4. uudistettu painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Ojala, R. 2004. Jeito Brasileiro Bisnestä ja kulttuuria Brasiliassa. Helsinki: Multikustannus Oy.

Paavilainen, K & Wilska, K. 2001. Rumba Económica. Helsinki: Edita Oyj.

Roraff, S. & Camacho, L. 2003. Culture Shock! Chile A Guide to Customs and Etiquette. Revised edition. Oregon : Graphic Arts Center Publishing Company.

Suomen suurlähetystö Brasilia. 2011. Kahdenväliset suhteet. Ulkoasiainministeriö. Saatavissa: <http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=17976&contentlan=1&culture=fi-FI> [viitattu 11.4.2013].

Suomen suurlähetystö, Buenos Aires. 2013. Latinalaisen Amerikan ja Karibian merkitys Suomelle on yhä tärkeämpi. Saatavissa:

<http://www.finlandia.org.ar/Public/default.aspx?contentid=270483&nodeid=39816&culture=fi-FI> [viitattu 30.3.2013].

Suomen suurlähetystö Buenos Aires. 2011. Kahdenväliset suhteet. Ulkoasiainministeriö. Saatavissa:

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=17971&contentlan=1&culture=fi-FI> [viitattu 11.4.2013].

Suomen suurlähetystö Buenos Aires. 2010. Kahdenväliset suhteet. Ulkoasiainministeriö. Saatavissa:

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=18128&contentlan=1&culture=fi-FI> [viitattu 11.4.2013].

Suomen suurlähetystö Lima. 2013. Kahdenväliset suhteet. Ulkoasiainministeriö. Saatavissa:

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=46506&contentlan=1&culture=fi-FI> [viitattu 11.4.2013].

Suomen suurlähetystö Lima. 2011a. Kahdenväliset suhteet. Ulkoasiainministeriö. Saatavissa:

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=18012&contentlan=1&culture=fi-FI> [viitattu 11.4.2013].

Suomen suurlähetystö Lima. 2011b. Kahdenväliset suhteet. Ulkoasiainministeriö. Saatavissa:

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=18068&contentlan=1&culture=fi-FI> [viitattu 11.4.2013].

Suomen suurlähetystö Meksiko. 2012. Kahdenväliset suhteet. Ulkoasiainministeriö. Saatavissa:

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=18008&contentlan=1&culture=fi-FI> [viitattu 11.4.2013].

Suomen suurlähetystö Santiago de Chile. 2010. Kahdenväliset suhteet. Ulkoasiainministeriö. Saatavissa:

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=17978&contentlan=1&culture=fi-FI> [viitattu 11.4.2013].

Tanner, K. 2002. Ulkomaille muuttajan opas. Helsinki: Gummerus.

Ulkoasiainministeriö Venezuelan ja Karibian alueen kiertävä suurlähettiläs. 2011.

Kahdenväliset suhteet. Ulkoasiainministeriö. Saatavissa:

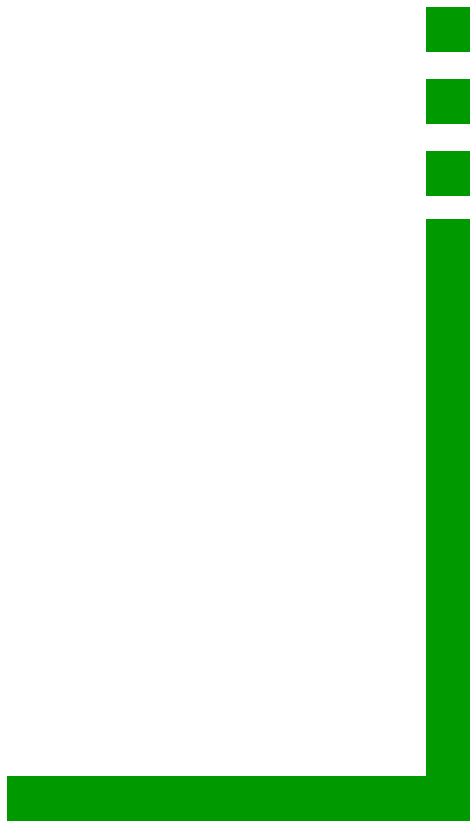
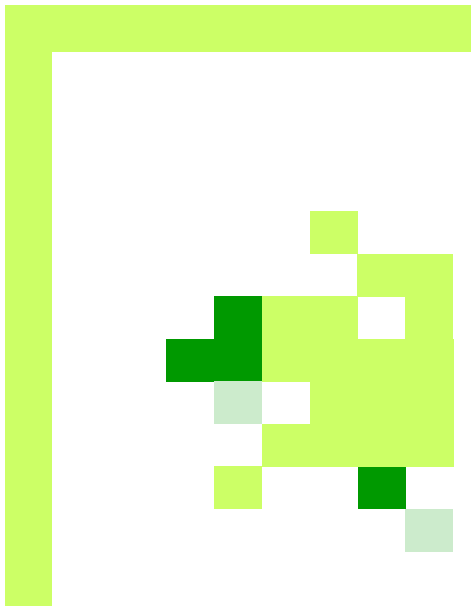
<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=18134&contentlan=1&culture=fi-FI> [viitattu 11.4.2013].

World Trade Press. 2010. Uruguay Society and Culture Complete Report. Petaluma, CA: World Trade Press. Saatavissa: <http://www.kyamk.fi/ekirjasto>, Ebrary [viitattu 9.4.2013].

Yapp, R. 2011. Argentina: Cristina Kirchner makes history as she's re-elected president in landslide. Telegraph. Saatavissa:

<http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/southamerica/argentina/8845567/Argentina-Cristina-Kirchner-makes-history-as-shes-re-elected-president-in-landslide.html> [viitattu 8.5.2013].





OPAS  
LATINALAISESSA  
AMERIKASSA  
TOIMIMISEEN

Joonas Harju

Opas on koostettu Joonas Harjun vuoden 2013  
opinnäytetyön ”Miten toimia suomalaisena  
Latinalaisen Amerikan yritysmaailmassa”  
pohjalta. Oppaaseen käytetyt lähteet ja  
lähdeviitteet löytyvät opinnäytetyöstä.



# URUGUAY

Uruguay sijaitsee Río de la Plataksi kutsutulla jokisuualueella Argentiinan ja Brasilian välissä. Uskonnollisesti Uruguay on eräs Latinalaisen Amerikan sekulaarisimmista. Uruguayn pinta-ala on yli 172 000 neliökilometriä ja asukasluku noin 3,3 miljoonaa.

## Kieli ja viestintä

Espanjan osaaminen on tärkeää. Myös käyntikortti tulee olla englannin lisäksi espanjaksi. Liikekumppaneita puhuteltaessa tulee käyttää titteleitä, sillä sinuttelu kuuluu ystävien väliseen kommunikointiin.

## Verkostosuhteet

Verkostosuhteet ovat erittäin tärkeitä, sillä ilman niitä asiat eivät etene.

## Esittäytyminen ja esittely

Saapuessa ja lähtiessä on tapana kätellä. Naiset myös monesti tervehtivät toisiaan poskisuudelmin. Käyntikortti annetaan esittelyn yhteydessä. Jokainen tavattu ihminen kätellään ja hyvästellään erikseen.

## Liikekulttuuri

Liiketapaamiset ja pukeutuminen ovat hyvin virallisia. Uruguayssa juodaan paljon teen kaltaista juomaa matea. Vaikka siitä kieltäytyisi, tulee olla kohtelias. Naiset voivat periaatteessa edetä mihin virkaan tahansa, mutta käytännössä harvat naiset ovat korkeissa asemissa.

## Liikelahjat

Liikelahjojen antaminen ei ole tärkeä asia uruguaylaisella liikekulttuurissa. Jos haluaa viedä liikelahjan, tulee ensin varmistaa, että on saanut luotua hyvän kauppasuhteen kyseisen henkilön kanssa. Hyvä liikelahja on esimerkiksi suomalainen laadukas alkoholi tai muu esine. Älä vie lahjaksi mitään kovin henkilökohtaista, nahkatuotteita tai teräviä esineitä. Lahja tulee antaa hyvin pakattuna oikeassa tilanteessa, kuten onnistuneiden kauppojen jälkeen.

# SISÄLLYS

Johdanto	1
Hyvä tietää	2
Suomalaiset ja latinot	3
Latinalaisen Amerikan kartta	4
Tietoa Latinalaisen Amerikan maista	5
Brasilia	6
Meksiko	7
Argentiina	8
Kolumbia	9
Venezuela	10
Chile	11
Peru	12
Ecuador	13
Uruguay	14

# ECUADOR

Ecuadorin nimi tulee sen sijainnista päiväntasaajalla. Enemmistö maan taloudellisesta toiminnasta sijaitsee länsiosissa ja rannikolla, sillä sen itäpuolella on Amazonasin sademetsä. Ecuadorin pinta-ala on 283 500 neliökilometriä ja väkiluku yli 15 miljoonaa.

## Kieli ja viestintä

Ainakin neuvotteluissa on hyvä osata espanjaa. Kommunikoinnissaan ecuadorilaiset ovat epäsuoria, kohteliaita ja diplomaattisia. Suoraa kommunikointitapaa pidetään usein työkeänä. Ecuadorilaiset välttelevät kieltäviä vastauksia.

Ihmisen henkilökohtainen tila on pieni. Ihmisiä ei tule osoitella sormella ja heidät tulee kutsua luokseen kämmen alaspäin sormia heiluttaen.

## Esittäytyminen ja esittely

Tavatessa ja poistuessa kätellään. Miehen ja naisen kätellessä mies tekee aloitteen. Naisen ja miehen välinen kädenpuristus ei ole yhtä luja miesten välinen. Läheiset mies ja nainen tai nainen ja nainen voivat tervehtiä poskisuudelmin. Hyviä ystäviä olevat miehet voivat halata toisiaan ja taputtaa toisiaan selkään.

## Liikekulttuuri

Harvat ecuadorilaiset saapuvat tapaamisiin tai juhliin aikataulun mukaisesti, vaan yleensä 30-60 minuuttia myöhässä. Liikeneuvotteluissa on kuitenkin tapana olla täsmällisempiä. Ulkomaisten liikekumppaneiden on kuitenkin hyvä saapua ajoissa väärinkäsitysten välttämiseksi. Vastapuoli tuomitaan todennäköisesti pukeutumisen perusteella, joten on hyvä tietää, miten tapaamiseen tulee pukeutua. Tarjouksiin tulee jättää neuvotteluvaraa .

## Puheenaiheet

Keskustelu on hyvä aloittaa kevyistä aiheista ja olla kohtelias. Poliittisista ongelmista ja ristiriidoista puhumista tulee välttää.

## Liikelahjat

Liikelahjoja on tapana antaa. Niiden tulisi olla pieniä ja hyvää makua osoittavia. Paikalliset liikemiehet odottavat saavansa niitä ja ottavat mielellään ne vastaan.

Lahjonta maassa on enemmän tipin kaltaista ja asioita nopeuttavaa eikä sitä suositella ulkomaalaisille. Se on kuitenkin hyvä tiedostaa.

# PERU

Andien vuoristo jakaa Perun vuoristoiseen ja kuivaan ylänköön sekä kosteaan Amazonasin sademetsään. Perun ja sen naapurimaan Bolivian välissä on maailman korkeimmalla sijaitseva järvi, Titicaca. Perun pinta-ala on 1,285 miljoonaa neliökilometriä ja asukasluku on lähes 30 miljoonaa.

## Kieli ja viestintä

Espanjaa on hyvä osata. Englannilla ei yleensä pääse kovinkaan pitkälle. Käyntikortit kannattaa kirjoittaa englanniksi ja espanjaksi.

Perulaiset ovat ylpeitä maastaan, historiastaan ja taustastaan. He puhuvat mielellään aiheesta, mutta tätä ei tule käsittää ulkomaalaisvastaisena, sillä he ovat yleensä avoimia ja ystävällisiä ulkomaalaisia kohtaan.

## Liikekulttuuri

Ulkomaalaisen tulisi saapua tapaamisiin ajoissa, vaikkei paikalliset niin tekisikään. Tapaamisajat on hyvä sopia etukäteen. Muissa tilanteissa, kuten kotiin kutsuttuna, kannattaa saapua paikalle 30-45 minuuttia myöhässä. Tavattaessa ja erottaessa kätellään, ja varsinkin aluksi on hyvä käyttää titteleitä.

Neuvotteluissa on hyvä edetä perinteisen muodollisesti. Keskusteluja maan sisäpolitiikasta ja rotukysymyksistä kannattaa välttää. Maan asioista ei yleensääkään kannata puhua negatiiviseen sävyyn. Yleensäkin asioiden esitystapaan tulee kiinnittää huomiota, sillä se on tärkeämpää kuin sanottu asia.

## Hierarkia

Peru on hierarkkinen yhteiskunta. Päälliköt päättävät ja muut tekevät. Myös vanhoja ihmisiä arvostetaan, vaikkei heidän kanssaan oltaisiakaan samaa mieltä asioista. Naisten asema liike-elämässä on miehiin nähden tasavertainen.

## Liikelahjat

Perussa arvostetaan pieniä liikelahjoja. Niiden ei tule olla liian erikoisia tai kovin henkilökohtaisia. Kekseliäisyys ja käyttökelpoisuus on hyvän liikelahjan ominaisuus. Ylimmälle johdolle ei tule viedä rikkamaa ja sihteerille olisi myös vietävä lahja. Lahjan hinnan tulee olla kohtuullinen.

# JOHDANTO

Tässä oppaassa kerrotaan Latinalaisessa Amerikassa toimimisesta suomalaisille. Opas sisältää yleistä tietoa aiheesta sekä yksityiskohtaisempaa maatietoa. Opas soveltuu Latinalaiseen Amerikkaan töihin haluaville ja miksei myös vaihtoon tai muuten alueelle matkaa suunnitteleville.

Latinalainen Amerikka tarkoittaa niitä Etelä- ja Väli-Amerikan osia, joissa puhutaan pääkielinä latinalaisperäisiä kieliä. Käytännössä se tarkoittaa espanjaa, portugalia ja ranskaa. Terminä se on siis sekä maantieteellinen että kulttuurillinen.

Latinalainen Amerikka on kasvava markkina-alue maailmalla. Myös Suomi ja Euroopan unioni ovat kohdistaneet katsetta alueen suuntaan entistä enemmän. Suomalaisten yritysten ja organisaatioiden tytäryhtiöiden toimii Latinalaisen Amerikan maissa jo yli sata, ja niiden palveluksessa on jo noin 30 000 henkilöä.

Oppaassa mainitaan vinkkejä siihen, mitä kannattaa ottaa huomioon ennen Latinalaiseen Amerikkaan lähtemistä. Sen lisäksi oppaaseen on laadittu lyhyt mutta kattava taulukko, jossa on vertailtu suomalaisten ja latinoiden kulttuurieroja eri näkökulmista. Taulukon jälkeen on esitelty Latinalaisen Amerikan kartta, josta näkee missä käsitellyt maat sijaitsevat toisiinsa nähden. Kartasta näkee myös muut kuin tässä oppaassa esitelty Latinalaisen Amerikan maat.

Lopuksi oppaassa on selostettu yhdeksästä Latinalaisen Amerikan maasta perustietoja sekä liike- ja tapakulttuuria. Tästä aiheesta kerrotaan tarkemmin sivulla 5.

# HYVÄ TIETÄÄ

Ennen toiseen maahan lähtöä kannattaa ottaa mahdollisimman paljon selville kohdemaasta. Mahdollisiin ongelmiin ja byrokratiaan kannattaa varautua etukäteen.

Vinkkejä:

Tarkista Ulkoasiainministeriön matkustussuositukset kyseisen maan tai alueen osalta. Kohdemaan vaarat ja käytännöt on tärkeää selvittää etukäteen.

Matkavakuutus kannattaa ottaa ja varmistaa, että se on voimassa koko matkan ajan.

Mahdolliset tarvittavat rokotukset kannattaa selvittää Terveystieteiden ja hyvinvoinnin laitokselta ja ottaa ne ennen matkaa.

Kysy muilta kyseisessä maassa käyneiltä ohjeita, jos mahdollista.

Selvitä mahdolliset huijaukset, jotka kyseisessä maassa ovat yleisiä. Suomalaiset ovat tottuneet kanssaihmiesten rehellisyyteen, mutta näin ei välttämättä ole muualla.

Opettele kertomaan Suomesta ja Euroopasta. Ulkomaalaiset ovat yleensä aiheesta kiinnostuneita, joten kannattaa varautua etukäteen.

# CHILE

Chile on maantieteellisesti erittäin pitkä ja kapea maa. Sen länsipuolella on Tyyni valtameri ja idässä Andien vuoristo. Ilmanala vaihtelee arktisesta lähes tropiikkiin. Chilen pinta-ala on yli 756 000 neliökilometriä ja asukasluku yli 17 miljoonaa.

## Arvopohja

Konservatiivinen ja patriarkalisempi kuin monissa muissa alueen maissa, johtuen sotilasvallan vaikutuksesta. Myös roomalaiskatolinen uskonto on jättänyt suuren merkityksen maan arvopohjaan.

## Verkostosuhteet

Kontaktit on luotava henkilökohtaisella tasolla oli kyse arkitilanteista tai liikeasioista. Perhe on tärkeä asia Chilessä, joten potentiaalisia kontakteja voi lähestyä puhumalla aiheesta. Chileläisillä on pääasiassa positiivinen asenne ulkomaalaisia kohtaan.

## Liikekulttuuri

Liiketilanteissa chileläiset ovat täsmällisiä, mutta muista tilanteista se voi kuulua jopa huonoihin tapoihin. He pukeutuvat monesti melko virallisesti jopa epävirallisiin tilaisuuksiin, joitain nuoria lukuun ottamatta. Liiketapaamiset ovat virallisia, ja ajankäytössä on oltava tarkka. Liikeasioita ei yleensä hoideta liikelounailla ainakaan sopimukseen asti.

## Viestintä

Suoraan asiaan menemistä pidetään työkeänä. Chileläisten mielestä sopimukset ovat kahden ihmisen välisiä eikä kahden yrityksen tai organisaation välisiä. Kannattaa keskustella aluksi kevyemmistä aiheista, kuten perheestä tai chileläisestä viinintuotannosta.

## Liikelahjat

Mahdolliset liikelahjat tulee antaa vasta neuvottelun päätyttyä tai maasta poistuttaessa. Suosi pieniä liikelahjoja. Mainos- ja vieraslahjojen tulee olla ominaisia antajan kotimaalle. Noudata kuitenkin varovaisuutta liikelahjojen antamisessa, sillä chileläiset ovat huomattavan rehellisiä, ja lahjusten antaminen on suuri loukkaus.

# VENEZUELA

Venezuela on suuri öljyntuottajamaa ja öljyn merkitys talouteen on suuri. Maan pinta-ala on 915 050 neliökilometriä ja asukasluku yli 28 miljoonaa.

## Viestintä

Mieluummin paikan päällä kasvatusten kuin sähköisiä välineitä käyttäen.

## Verkostosuhteet

Venezuelalaiset haluavat tutustua ja luottaa heidän kanssaa työskentelevään henkilöön ennen varsinaista asiaa. Ennen liiketoiminnan hoitamista on saatava hankittua kontakteja. Osa nuorista liike-elämässä olevista ja ulkomaalaisten kanssa työskentelemään tottuneista tosin voi olla valmiimpi menemään suoraan liikeasioihin.

## Liikekulttuuri

Venezuelalaiset ovat melko virallista kansaa. Varsinkin ensimmäinen tapaaminen voi olla hyvin virallinen. Ihmisiä tulee puhutella heidän titteleidensä tai arvonsa mukaan. Virallisuus näkyy myös pukeutumisessa, ajankäytössä ja työelämän arvohierarkiassa. Työelämässä venezuelalainen on täsmällinen. Tapaamisissa on enemmänkin tapana keskustella kuin tehdä päätöksiä. Virallisella pukeutumisella venezuelalainen haluaa sanoa, että hän on töissä ja tosissaan asiansa kanssa. Arki- ja työpukeutuminen eroavat toisistaan selkeästi.

## Hierarkia

Tittelit ja muu ihmisen arvo saa ja pitää näkyä Venezuelassa. Pukeutumisessa sen voi näyttää esimerkiksi arvokkailla kelloilla tai koruilla ja kalleilla, tunnetuilla merkkivaatteilla.

## Liikelahjat

Liikelahjoja annetaan, jos tilanne sen sallii. Niiden antamisessa on lainsäädännöllisiä rajoituksia korruptiosyistä johtuen. Jos lahjan saaja ei ole henkilökohtaisesti läheinen, se ei saa olla liian arvokas. Jotkut yritykset voivat kieltäytyä liian arvokkaista lahjoista. Liikelahjoilla tulisi huomioida muutkin yrityksen jäsenet kuin pelkkä ylin johto. Hyvä lahja on yhteydessä antajansa yritykseen tai tuotteeseen. Miehellä voidaan antaa jotain toimistoon sopivaa.

# Suomalaiset ja latinot

Alla olevassa taulukossa on vertailtu suomalaisia ja latinoita eri näkökulmista.

	Suomalaiset	Latinot
<b>Aikakäsitys</b>	Täsmällinen	Joustava
<b>Uskonto</b>	Ei vaikuta jokapäiväiseen elämään	Yhteisöllisyys tärkeää
<b>Historia</b>	Lyhyt: ei luokkayhteiskuntaa	Pitkä: luokkayhteiskunta
<b>Elekieli ja sanaton viestintä</b>	Hillittyä ja vähäistä	Paljon ja monimuotoista
<b>Hierarkia</b>	Keskustelempaa, mutta päätökset nopeita	Päälliköt käskvät, alaiset tekevät
<b>Kronologisuus</b>	Käsitellyt asiat etenevät kronologisesti	Käsitellyt asiat eivät etene kronologisesti
<b>Viestintä</b>	Vähän ja asiakeskeistä. Hiljaisuutta siedetään hyvin.	Paljon ja asian vierestäkin. Hiljaisuutta siedetään vähemmän.
<b>Henkilökohtainen tila</b>	Suuri. Ihmiset eivät juuri koskettele toisiaan	Pieni. Ihmiset eivät karta fyysistä läheisyyttä
<b>Kielitaito</b>	Osaavat englantia, muiden osaaminen vaihtelee	Espanjaa tai Portugalia, englantia ei monesti osata



Latinalaisen Amerikan kartta.

(Kuvan lähde: Everystockphoto Saatavissa: <http://www.everystockphoto.com/photo.php?imageId=7996653&searchId=174d03ed45e90001ac086e43bbb07f2f&npos=15> Kuvan omistaja: thejourmey1972 Kuvan lisenssi: <http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/>)

## KOLUMBIA

Kolumbia sijaitsee pohjoisessa Etelä-Amerikassa juuri Väli-Amerikasta tultaessa. Sen pinta-ala on 1,138 miljoonaa neliökilometriä ja asukasluku yli 45 miljoonaa.

### Kieli ja viestintä

Espanjan kielen hallitseminen on välttämättömyys. Käyntikortit tulee olla englanniksi ja espanjaksi, ja kaikki muukin materiaali tulee kääntää espanjaksi.

Kolumbialainen ei yleensä sano suoraan ei, vaan korvaa sen verukkein. Ihmisten osoittelu sormella on tyyneä. Ulkomaalaisiin suhtaudutaan yleensä positiivisesti, mutta kannattaa olla tarkkana.

### Liikekulttuuri

Autoritäärimäinen ja impulsiivinen. Suoraan asiaan ei mennä. Neuvottelut kestävät yleensä pitkään, joten ole kärsivällinen.

Kolumbialaiset eivät ole kovin täsmällisiä. Tapaamisista on hyvä sopia etukäteen vastapuolen sihteerin välityksellä.

### Puheenaiheet

Hyviä puheenaiheita ovat esimerkiksi kahvin maailmanmarkkinahinta ja jalkapallo. Paikallisesta politiikasta tai uskonnollisista aiheista keskustelua on hyvä välttää.

### Liikelahjat

Liikelahjoja arvostetaan. Kolumbialaiset ovat hyvin laatu-tietoisia, joten ei kannata viedä mitään turhaa rikkamää. Vältä liiallista henkilökohtaisuutta lahjaa valitessa. Liikelahjojen tulee noudattaa hillittymää makua. Hyviä liikelahjoja ovat esimerkiksi skottilainen viski ja viinipullo.

# ARGENTIINA

Argentiina on Latinalaisen Amerikan kolmanneksi suurin talous. Sen pinta-ala on 2,78 miljoonaa neliökilometriä ja asukasluku yli 42 miljoonaa.

## Kieli

Espanjan osaamisesta on hyötyä ja sitä arvostetaan. Monet liike-elämässä olevat osaavat englantia.

## Tervehtiminen ja elekieli

Ellei kyseessä ole virallinen tilaisuus, tervehditään halauksin ja poskisuudelmin. Naiset suutelevat naisia ja miehet suutelevat naisia. Miehet kätelevät toisiaan varsinkin ensimmäistä kertaa tavattaessa. Fyysistä läheisyyttä ei karteta kuten Suomessa.

## Verkostosuhteet

Verkostot ovat olennainen osa liike-elämässä pärjäämisessä. Oikeiden ihmisten tunteminen on tärkeää. Suhteista tulisi pyrkiä luomaan kestäviä ja molempia osapuolia palvelevia. Huonosti hoidetut suhteet sulkevat ovia.

Suhteiden luominen aloitetaan pitkällä lounailla ja neuvotteluilla. Suoraan asiaan ei mennä. Argentiinalaisia kiinnostaa enemmän ihminen, jonka kanssa he ovat tekemisissä kuin tämän edustama yritys tai organisaatio. Ole kärsivällinen. Neuvottelujen päätyttyä odota, että argentiinalaiset isännät tekevät aloitteen poistumiseksi.

## Puheenaiheet

Neuvotteluissa keskustellaan aluksi ihan muusta kuin itse aiheesta. Jalkapallo tai ihmissuhde- ja perheasiat ovat yleisiä. Liikeasiatkin hoituvat aikanaan. Älä keskustele aroista poliittisista aiheista, kuten sotilasvallan aikaisista asioista tai korruptiosta liikeneuvottelussa.

## Liikelahjat

Yleisiä Argentiinassa, mutta niitä ei yleensä odoteta. Ovat monesti yllellisiä, mutta vaatimattomampikin käy, ellei lahjalla ole muita päämääriä. Anna vasta neuvottelujen päätyttyä. Ei kovin henkilökohtaisia lahjoja. Hyvä lahja on jotain tyypillistä suomalaista tai pr-tuotteita. Uutena vuotena voi lähettää jotain pientä, kuten alkoholia.

# TIETOA LATINALAISEN AMERIKAN MAISTA

Oppaassa seuraavaksi on perustiedot yhdeksän Latinalaisen Amerikan maan kulttuuripiirteistä. Käsitellyt maat on valittu Kansainvälisen valuuttarahaston ilmoittamien vuoden 2012 nimellisarvoisten bruttokansantuotelukujen mukaisesti. Näin voi olettaa, että valitut maat ovat kaupankäynnin kannalta oleellisia.

Käsitellyt maat ovat

1. Brasilia
2. Meksiko
3. Argentiina
4. Kolumbia
5. Venezuela
6. Chile
7. Peru
8. Ecuador
9. Uruguay

Edellä mainituista maista on yleisen tiedon (pinta-ala ja väkiluku) lisäksi kerrottu tarkempaa tietoa maan kielestä ja viestintätavoista, liikekulttuurista ja liikelahjojen antamisesta. Verkostosuhteiden merkitystä käsitellään myös.

Joistain maista löytyy lisäksi tietoa maalle erityisen ominaisista tavoista ja esimerkiksi tietoa puheenaiheista, joista maassa on hyvä keskustella ja mistä kannattaa vaieta. Joidenkin maiden kohdalla mainitaan myös maan työelämän hierarkiajärjestyksestä.

# BRASILIA

Brasilia on Latinalaisen Amerikan suurin pinta-alaltaan, asukasluvultaan ja taloudeltaan. Sen pinta-ala on 8,5 miljoonaa neliökilometriä ja asukasluku yli 201 miljoonaa.

## Kieli

Portugalin kielen taito on välttämättömyys Brasiliassa toimimiseksi, varsinkin jos haluaa osaksi yhteiskuntaa ja paikallisia yhteisöjä. Paikallisten yritysten kanssa toimiessa tulee myös tietää ja tuntea oikeat henkilöt, jotta asiat etenevät.

## Viestintä

Viestimiselle tulee antaa aikaa. Asiat eivät hoidu suomalaisen erittäin täsmällisen aikataulun mukaisesti, mutta tulevat kuitenkin hoidetuksi. Ole kärsivällinen.

Teknologiatietämyksen sijaan viestiminen tulee aloittaa kevyemmistä aiheista, kuten ihmissuhde- ja perheasioista tai harrastuksista. Jalkapallo on hyvä puheenaihe Brasiliassa.

## Jeito brasileiro

Brasilialainen tapa hoitaa asioita. Kutsutaan termillä jeito tai jeitinho. Arkipäivän selvitysmiskeino, joka yhdistää ihmissuhteita ja lakia. Pahimmillaan verkostosuhteiden hyväksikäyttöä oman asian ajamiseksi ja parhaimmillaan rehellinen tai ystävällinen palvelus byrokratian solmuihin.

Brasilialaiset luottavat enemmän suhteiden voimaan kuin lakiin. Tiedon saaminen on Brasiliassa kiinni monista eri tekijöistä, joten suomalaisittain on välillä vaikea tietää, mikä tieto on oikeaa ja mikä ei.

## Liikelahjat

Liikelahjoja annetaan varsinkin joulun aikaan. Ei liian henkilökohtaisia. Suomalainen lasi ja keramiikka sekä suomalaiset merkkituotteet ovat hyviä liikelahjoja. Illallisen tarjoaminen on myös toimiva ratkaisu.

# MEKSIKO

Meksiko on Latinalaisen Amerikan toiseksi suurin talous Brazilian jälkeen. Se sijaitsee Väli-Amerikassa Yhdysvaltojen naapurina, jota kohti se on 1990-luvun jälkeen pyrkinyt lähentymään. Meksiko on pinta-alaltaan 1,96 miljoonaa neliökilometriä ja asukasluku yli 116 miljoonaa.

## Viestintä

Espanja on hyvä osata. Meksikolaiset eivät mene suoraan asiaan ja ovat epäsuoria. Eri mieltä ollessa pyritään siihen, että asiat riitelevät keskenään eivätkä ihmiset. Meksikolaiset tulevat fyysisesti lähelle. Tarkoitus ei ole olla päällekkävyä, vaan tutustua toiseen ihmiseen.

## Verkostosuhteet

Suhteet liike-elämässä on luotava tuttujen kautta, ja ne muodostuvat yleensä tiukkojen työaikataulujen ulkopuolella. Luvattuihin päivämääriin ja aikatauluihin tulee suhtautua varauksella. Meksikolaiset luottavat lähinnä lähipiirinsä ihmisiin. Viranomaisiin ja tuntemattomiin ihmisiin ei juurikaan luoteta.

## Hierarkia

Meksiko on hierarkinen yhteiskunta. Esimiehiä ei kiinnosta alaistensa näkökannat tai mielipiteet. Tehtävät ovat tarkkaan määriteltäviä. Suuret kansainväliset organisaatiot saattavat olla joustavampia. Tittelit ovat tärkeitä, ja myös ulkomaisen johtajan tulee näyttää arvonsa. Myös esimiesasemassa olevalta naiselta odotetaan kovuutta ja kykenevyyttä asemaansa.

## Neuvottelut

Vältä asettanasta meksikolaista kyllä/ei -tilanteeseen. Meksikolaiset arvostavat tinkimistä, joten jätä tarjouksiin neuvotteluvaraa. Ole kärsivällinen.

## Liikelahjat

Ei ole tapana vastaanottaa, mutta joissain piireissä suosittuja ja arvostettuja. Harkitse tarkasti ja valitse vastaanottajan mukaan. Esimerkiksi onnistuneiden kauppojen yhteydessä. Yritysten omaperäisiä lahjoja arvostetaan. Suomalainen lasi ja keramiikka käy hyvin. Tärkeän henkilön sihteerille voi viedä hajuvertä. Älä vie hopeaesineitä, vaan mieluummin kultaisia. Hopeaa pidetään lähinnä turisteille sopivana.